



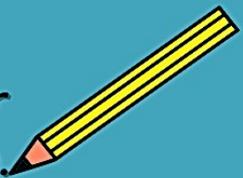
LA INVESTIGACIÓN EN EL PROCESO DE FORMACIÓN DEL CONTADOR PÚBLICO





LA INVESTIGACIÓN EN EL PROCESO DE FORMACIÓN DEL CONTADOR PÚBLICO

*Producción de conocimiento para dar
solución a los problemas en contexto.*



EDITORES

**Elizabeth Palma Cardoso
Robert Alexander Guzmán
Angie Vanessa Sandoval Palma
Claudia Cintya Peña Estrada**

AUTORES

**Elizabeth Palma Cardoso
Robert Alexander Guzmán
Álvaro Herrán Carvajal
Orlando Varón Giraldo
Claudia Cintya Peña Estrada
Angie Vanessa Sandoval Palma
Cristian Fabián Aranda Borja
Diego Andrés Vergara Aguirre
Juan Gabriel Bueno Tocara
José Ricardo Vega Romero
Ingrid Yuliet Barrero Saavedra
Linda Katherine Ochoa Rivera
Jhoan Sebastián Tavera Donoso**



Palma, E., Guzmán, R., Sandoval, A. & Peña, C. (2020). (Eds). **LA INVESTIGACIÓN EN EL PROCESO DE FORMACIÓN DEL CONTADOR PÚBLICO**

Edición 1. Espinal Tolima. Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP.

Editorial: Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP

Págs. 158

ISBN: 978-958-52015-9-0

Localización: Biblioteca ITFIP y Página Web: Investigación de la facultad de Economía, Administración y Contaduría

Formato: 21 X 27 cm

LIBRO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

LA INVESTIGACIÓN EN EL PROCESO DE FORMACIÓN DEL CONTADOR PÚBLICO

-Producción de conocimiento para dar solución a los problemas en contexto-

Facultad de Economía Administración y Contaduría

Contaduría Pública

Rector

Mario Fernando Díaz Pava

Vicerrector Académico

Hugo Rodríguez Bernal

Decana

Ruth Erika Morales Lugo

Editores

Elizabeth Palma Cardoso

Robert Alexander Guzmán

Angie Vanessa Sandoval Palma

Claudia Cintya Peña Estrada

ISBN: 978-958-52015-9-0

Primera edición: diciembre 2020

Impreso en Colombia

Editorial: Instituto Tolimense de Formación
Técnica Profesional- ITFIP

Diseño de portadas

Marly Ariana Díaz. y Ángel Santiago Sandoval

Revisión y Estilo:

María Teresa Sánchez Barrero y Augusto

Francisco Alarcón Linares

INSTITUTO TOLIMENSE DE FORMACIÓN
TÉCNICA PROFESIONAL "ITFIP"

www.itfip.edu.co Carrera 1a. Calle 18.

Contiguo Barrio Arkabal-Tel: (8) 2483501 –
2480014 apartado aéreo: 087 Espinal, Tolima,
Colombia

Para citar este libro siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA: Palma, E., Guzmán, R., Sandoval, A. & Peña, C. (2020). (Eds). La Investigación en el proceso de formación del contador publico. Edición 1. Editorial Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional ITFIP.

Derechos reservados de autor

Copyright



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

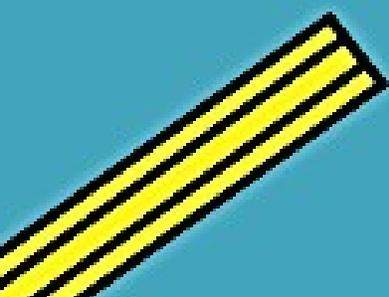


TABLA DE CONTENIDO

PRÓLOGO.....	12
CAPÍTULO 1	15
ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES ADOPTADAS POR LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO DEL ESPINAL EN TIEMPOS DEL COVID-19	15
1. RESUMEN	15
2. ABSTRACT.....	16
3. INTRODUCCIÓN	16
4. REFERENTE TEÓRICO.....	17
4.1 Mercadotecnia y economía	17
4.2 Estrategias de mercadotecnia.....	18
4.3 Estrategias de precio.....	19
4.4 Estrategias de plaza (Distribución).....	20
4.5 Estrategias de promoción.....	20
4.6 Plan de negocios.....	21
4.7 El impacto del Coronavirus Covid-19 en los negocios	22
4.8 Dilemas de gestión y pérdida de confianza	22
4.9 Negación, encubrimientos y fallas de gobierno	23
4.10 El pánico se extiende más rápido que las pandemias.....	24
4.11 ¿Cuál es el impacto en los negocios?.....	25
4.12 ¿Por qué las empresas deberían invertir en la resiliencia pandémica?	26
4.13 Estrategia empresarial ante el Covid-19.....	26
4.14 Tres recomendaciones para afrontar el Covid-19	27



4.15 Mejorar la visibilidad de la cadena de suministro	27
4.16 Modelar nuevos riesgos y costos	28
4.17 Centrarse en la resiliencia	28
4.18 Herramientas digitales: Clave para evaluar el impacto del Covid-19.....	28
4.19 Medidas de las empresas colombianas ante El Covid-19.....	29
5. METODOLOGÍA	30
5.1. Población y muestra.....	30
5.2. Procesamiento y análisis estadístico:	31
6. DESENLACE INVESTIGATIVO	31
6.2. Cierre temporal de los establecimientos de comercio.	32
6.3. Principales medidas que el gobierno debería priorizar.	32
6.4. Cantidad de meses subsistencia de los negocios con recursos propios. 33	
6.5. Ventas de los microempresarios del sector comercio.....	33
6.6. Problemas en el suministro de materias primas o mercancía.....	34
6.7. Aumento de los precios de las ventas de los bienes o servicios.	34
6.8. Razones que llevaron al incremento de los precios en la venta de bienes y servicios	34
6.9. Medidas implementadas por la empresa.	35
6.10. Implementación de medidas de salud laboral.....	36
6.11. Medidas implementadas para la planta de personal.	36
6.12. Temas de las capacitaciones digitales.	37
Gráfica 12. Temas De Las Capacitaciones Digitales. 2020.....	37
6.13. Principales Preocupaciones De Los Microempresarios.....	37
6.14. Venta de productos y servicios por medio digitales y electrónicos. ...	38
7. REFLEXIÓN DE LOS AUTORES.....	38
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
CAPÍTULO 2	48



APLICACIÓN DE LA NORMA DE INFORMACIÓN FINANCIERA (NIF) PARA LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR HOTELERO Y TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE PRADO TOLIMA.	48
1. RESUMEN	48
2. ABSTRACT.....	49
3. INTRODUCCIÓN	49
4. DISCUSIÓN TEÓRICA.....	50
4.1. LAS GUÍAS DIDÁCTICAS: RECURSOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE AUTÓNOMO	54
4.2. LA GUÍA DIDÁCTICA Y SU IMPORTANCIA EN EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE.	54
4.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA ACERCA DE LA CONFECCIÓN Y USO DE LAS GUÍAS DIDÁCTICAS	56
5. MARCO CONCEPTUAL	57
5.1 Los sistemas de registro contable aplicables a personas naturales y jurídicas. 57	
5.2 Las NIIF en Colombia: un nuevo reto para las empresas.	58
5.3 Beneficios de las NIIF en su empresa	59
6. DISEÑO METODOLÓGICO	62
6.1. Enfoque de investigación	62
6.2. Diseño.....	63
6.3. Población.....	63
6.4. Características de la Población.....	64
6.5. Represa de Prado: la creación de un lugar paradisíaco.....	64
6.5.1. El lugar ideal para los amantes de la pesca deportiva	65
6.5.2. Los atractivos de la represa de prado	66
6.5.3. Actividades para toda la familia.....	66
6.5.4. Casas bote para quienes no quieren irse.....	67
6.6. Muestra	68
7. HALLAZGOS.....	69



7.1. Registro y análisis de la información (Encuestas)	70
8. REFLEXIÓN DE LOS AUTORES.....	79
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
CAPÍTULO 3	84
ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL CULTIVO DE ARROZ EN EL MUNICIPIO DEL ESPINAL-TOLIMA DURANTE EL PERIODO 2018-2019.....	84
1. RESUMEN	84
2. ABSTRACT.....	84
3. INTRODUCCIÓN	85
4. TEORIAS Y DISCUSIÓN	85
4.1 Contexto financiero sobre la producción anual del arroz en Colombia	85
4.2 Características del sector arrocero en Colombia.....	87
4.2.3 Diseño de medidas para el sector arrocero de Colombia	88
4.3 Acciones de financiamiento para el sector arrocero	89
5. SISTEMAS DE SIEMBRA EN EL ARROZ	90
5.1 Sistema de siembra directa en el cultivo del arroz.....	90
5.2 Métodos de siembra indirecta del cultivo en el arroz	92
6. LABORES ESENCIALES EN EL CULTIVO ARROCERO.....	92
6.1 Costos de producción.....	92
6.2 Elementos de los costos de producción.....	93
6.3 Materias primas e insumos	93
6.4 Mano de Obra	94
6.5 Costos Indirectos de Fabricación	95
7. MARCO CONCEPTUAL	96
7.1 Definición de los Costos de Producción.....	96
7.2 Elementos de los Costos de Producción	96



7.3 Actividades orientadas a la producción del arroz	97
8. DISEÑO METODOLÓGICO	98
8.1 Tipo de estudio	98
8.2 Método de investigación.....	98
8.3 Población	98
8.4 Muestra.....	99
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	99
9.1 Fuente primaria de la investigación	99
9.2 Fuente secundaria	100
9.3 Trabajo de campo	100
9.4 Tratamiento de la información	100
10 HALLAZGOS.....	100
10.1 Conocimiento total sobre los costos	101
10.2 Costos efectuados en los cultivos del arroz	101
10.3 Terreno de la producción arrocerá.....	102
10.4 Costos de arrendamiento por hectárea.....	103
10.5 Hectáreas de arroz cultivado en el año	103
10.6 Método de siembra del cultivo	104
10.7 Tipo de semilla utilizada en la siembra.....	104
10.8 Mano de obra requerida para la siembra	105
10.9 Tipo de maquinaria para preparación terrenal	106
10.10 Costos de producción promedio por hectárea	106
10.11 Tipos de recursos de perfil financiero.....	107
11. ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN	108



11.1 Costos de producción del periodo 2018	108
11.2 Costos de producción del periodo 2019	110
11.3 Interpretación general de los costos	112
11.4 Rentabilidad de los cultivos del arroz.....	114
12. REFLEXIÓN DE LOS AUTORES.....	115
13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	116
CAPÍTULO 4	120
ESTUDIO DE LA ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LAS MICROEMPRESAS DISEÑADORAS DE ROPA EN EL MUNICIPIO DE EL ESPINAL TOLIMA.	120
1. RESUMEN.....	120
2. ABSTRACT.....	120
3. INTRODUCCIÓN	121
4. CONOCIMIENTOS Y TEÓRIAS.....	121
4.1. LAS EMPRESAS DE PRODUCCIÓN.....	122
4.2. CLASIFICACIÓN DE LA MANO DE OBRA.....	124
4.2.1. De acuerdo con el tipo de recurso.....	124
4.2.2. De acuerdo con la función	124
4.2.3. De acuerdo con la jerarquía organizacional.	124
4.2.4. De acuerdo con la vinculación con el servicio	125
4.2.5. De acuerdo con la forma de pago	125
5. METODOLOGÍA.....	125
5.1 Tipo de estudio.....	125
5.2 Método de investigación.....	126
5.3 Procedimiento de investigación.....	126
5.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	126
5.5 Encuesta.....	127



5.6 Entrevista	127
5.7 Unidades de análisis	127
5.8 Muestra.....	127
5.9. Probabilístico.....	127
5.10. No probabilístico.....	128
6. HALLAZGOS.....	130
6.1 Análisis de la información por variables o categorías de análisis.....	130
6.2 Encuesta No. 1 (Microempresarios diseñadores inicial).....	130
6.3 Encuesta no. 2 (Microempresarios diseñadores composición).....	135
6.4 Encuesta no. 3 (Capacidad para la implementación).....	140
6.5 Análisis general de las encuestas	143
6.6 Interpretación y discusión de resultados.....	143
6.7 Estructura de costos.....	145
6.7.1 Detallado de los costos de cada prenda (materiales).....	145
6.7.2 Detallado de los gastos.	148
6.7.3 Detallado (salario mano de obra directa).....	149
6.7.4 Porcentaje de venta en referencia al mes	151
6.7.5. Proyección de ventas estimada para 2021	152
7. REFLEXIONES FINALES.....	153
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	156



PRÓLOGO

“La investigación en el proceso de formación del contador público”, es un libro resultado de investigación que consta 4 apartados con producción científica de investigadores, docentes y estudiantes de la Facultad de Economía, Administración y Contaduría, adscrito a la editorial de la Institución de Educación Superior ITFIP, el cual, es arbitrado por pares de doble ciego, con temáticas de las ciencias sociales con acceso abierto a las comunidades científicas nacionales e internacionales.

Este libro es una producción de conocimiento científico, que da cuenta de temas relacionados con la economía, administración, contaduría, tecnologías, educación y tic. Ubicados en 4 capítulos de propiedad intelectual e investigativa.

En ese sentido, en el primer capítulo, se aborda el “análisis de las estrategias comerciales adoptadas por los microempresarios del sector comercio del Espinal en tiempos del covid-19”, que tiene como objetivo analizar las estrategias comerciales adoptadas por los microempresarios del sector comercio del municipio del Espinal en tiempos del covid-19, que ha generado una afectación en la parte económica y social para las microempresas por el plan de contingencia adoptado por el país

En el segundo capítulo, titulado “aplicación de la norma de información financiera (NIF) para los microempresarios del sector hotelero y turístico del municipio de prado Tolima”, consiste en la elaboración de una Guía de implementación de la norma de información financiera para los prestadores hoteleros y turísticos que se encuentran enmarcados como pequeños empresarios, de conformidad con los parámetros establecidos por la ley 1314 de 2009, el decreto 2706 de 2012 y lo estipulado y reglamentada por la ley 905 de 2005 en cuanto a caracterización de las empresas.

En el capítulo 3, se plantea un “análisis de los costos de producción del cultivo de arroz en el municipio del Espinal-Tolima durante el periodo 2018-2019”, donde se determinó los costos de producción del cultivo del arroz en el municipio del Espinal, Tolima durante el periodo de 2018 y 2019

Para finalizar, En el capítulo 4, se aborda el tema relacionado con el “estudio de la estructura de costos para las microempresas diseñadoras de ropa en el municipio de el Espinal Tolima”, donde se presenta un estudio realizado para las diferentes formas de registrar los costos para la medición de control unitario que permita determinar el



costo real del producto. De otra parte, es importante aclarar que los capítulos relacionados son responsabilidad de los autores. Por consiguiente, los editores y la editorial del Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional ITFIP, actúan según la buena fe.

Elizabeth Palma Cardoso
Investigadora



A stylized illustration of a workspace. On the left, a laptop is partially visible. To its right is a smartphone. Below the laptop is a pen with a yellow tip. Further down is a calculator. At the bottom left is a cup of coffee on a saucer. The background is split into a blue top half and a white bottom half, with a large brown trapezoidal shape in the center.

CAPÍTULO

1

**ANÁLISIS DE LAS
ESTRATEGIAS
COMERCIALES
ADOPTADAS
POR LOS
MICROEMPRESARIOS
DEL SECTOR COMERCIO
DEL ESPINAL EN
TIEMPOS DEL COVID-19.**

ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES ADOPTADAS POR LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR COMERCIO DEL ESPINAL EN TIEMPOS DEL COVID-19

Autores:

Elizabeth Palma Cardoso

Robert Alexander Guzmán

Cristian Fabián Aranda Borja

Diego Andrés Vergara Aguirre

Juan Gabriel Bueno Tocara

1. RESUMEN

El presente capítulo tiene como objetivo analizar las estrategias comerciales adoptadas por los microempresarios del sector comercio del municipio del Espinal en tiempos del covid-19, hecho importante para el país, el coronavirus ha traído grandes preocupaciones a los empresarios del municipio del Suroriente del Tolima por ser una emergencia sanitaria extemporánea, que ha generado una afectación en la parte económica y social para las microempresas por el plan de contingencia adoptado por el país, el cual, es la cuarentena obligatoria que fue expedida por mandato presidencial para responder a la emergencia sanitaria por COVID-19, los empresarios decidieron tomar medidas para sobrellevar esta situación que ha traído grandes cambios a la operatividad de los entes económicos, la metodología que se utilizó para obtener los datos del análisis consistió en un estudio de campo de carácter descriptivo y enfoque cuantitativo en la cual se implementará por medio de encuestas las cuales fueron formuladas por una serie de preguntas cerradas dándole al empresario las alternativas posibles que respondan a la situación que se requería conocer, teniendo en cuenta los estudios realizados por la cámara de comercio y por medio de este se determinó la muestra estadística para así poder llegar a hacer un análisis de frecuencias de ponderación de porcentajes para examinar las estrategias empleadas por los microempresarios que mitiguen la difícil situación que se enfrentan a causa del coronavirus en el sector comercio del municipio del Espinal, Tolima.



PALABRAS CLAVE: Coronavirus, pandemia, identificación, ponderación

2. ABSTRACT

The objective of this thesis is to analyze the commercial strategies analyzed by the microentrepreneurs of the commerce sector of the municipality of Espinal in times of the covid-19, since the coronavirus is an important fact for the country because it is a pandemic that has brought great concerns to businessmen from the municipality of Suroriente of Tolima for being an extemporaneous health emergency, which has been affected by microenterprises in the economic and social aspects due to the contingency plan adopted by the country, which is the mandatory quarantine issued by sent presidential to respond to the health emergency by COVID-19, the businessmen decided to take measures to cope with this situation that has brought great negative changes to the operation of economic entities, the methodology analyzed to obtain the analysis data consists of a descriptive field research study and quantitative approach in which will be implemented through surveys which were formulated by a series of closed questions giving the employer the possible alternatives that respond to the situation that is required to know, taking into account the studies carried out by the chamber of commerce and through this The statistical sample was determined to be able to carry out an analysis of percentage weighting frequencies to examine the strategies used by the microentrepreneurs that mitigate the difficult situation facing a cause of the coronavirus in the commerce sector of the municipality of Espinal, Tolima.

KEYWORDS: Coronavirus, pandemic, identification, weighing.

3. INTRODUCCIÓN

La presente investigación, se elaboró de acuerdo a las consecuencias que día a día se ven reflejadas por la pandemia del coronavirus, frente al subsistir diario de los microempresarios del municipio del Espinal, Tolima, la crisis actual conlleva a un crecimiento en el impacto de afectación de las empresas y es reflejado en sus distintas áreas, porque delimitan cada uno de sus procesos y procedimientos en la elaboración y distribución de los productos y/o servicios.

Las estrategias que actualmente están empleando los microempresarios comerciales del municipio del Espinal para mitigar y contrarrestar los efectos económicos a sus



empresas por el coronavirus, son de gran importancia, porque a través de la resolución 453 del 18 de marzo del 2020 emitida por el Ministerio de Protección Social. (Suin Juriscol, 2020), ordenó la medida sanitaria obligatoria y preventiva de la clausura de los establecimientos y locales comerciales en todo el territorio nacional, esta medida causó un gran impacto a la economía nacional, este suceso fue sorpresivo, tanto para el gobierno como para los empresarios, debido a que no se encontraban preparados para enfrentar esta situación.

El declive de las microempresas no solo tendrá afectación negativa en los comerciantes, sino también, en cada uno de los consumidores en sus distintas áreas de ubicación con el fin de acoplarse y verse reflejado en la economía del municipio, esto conlleva a un impacto adverso en el movimiento económico y social del Espinal.

4. REFERENTE TEÓRICO

Este marco permite conocer los conceptos básicos necesarios para el entendimiento adecuado de este proyecto, primero se definirán conceptos acerca de estrategias empresariales con la finalidad de tener una mayor comprensión acerca del como las empresas definen las acciones y recursos a emplear para cumplir con sus objetivos. Posteriormente se definirán conceptos acerca de microempresa y comercio. Finalmente se define el covid-19 como se conoce actualmente, sus síntomas, problemática que ha generado y sus prevenciones, con el desarrollo de este marco teórico se podrá tener una mayor comprensión del desarrollo de este proyecto.

4.1 Mercadotecnia y economía

Según, Morgado, (2009), los aspectos más importantes en donde la economía se atraviesa con la mercadotecnia se encuentran en el movimiento y operación del mercado, pues este último es aquel que delimita el movimiento y evolución de ambas áreas, es decir, si el mercado se encuentra en un momento difícil por situaciones sociales, en automático se reflejará en los movimientos bursátiles y por consecuencia activará el mecanismo con las herramientas de la mercadotecnia buscando mantener los niveles de venta de productos y servicios necesarios para no generar un colapso del sistema y los flujos económicos de las regiones, localidades o incluso a nivel mundial.

La función de la mercadotecnia en la economía, es organizar el intercambio voluntario y competitivo de manera que asegure un encuentro eficiente entre la oferta y la demanda de productos y servicios, en donde se organiza el intercambio, comunicación



entre los productores y compradores, esta definición se aplica tanto a las actividades comerciales como a las sin fines de lucro y de una manera general a toda situación donde hay intercambio voluntario.

4.2 Estrategias de mercadotecnia

Son aquellas estrategias establecidas por los entes económicos para conseguir sus objetivos comerciales, a través de estudios de mercados que identifican los cuatro elementos claves que son el producto, precio, plaza y promoción de venta, por lo cual son el fundamento de la oferta en el mercado y sirve para aumentar las ventas con escasos recursos.

En ese sentido, un aspecto trascendental en una estrategia de mercadotecnia, permite fijar el precio correcto para los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, con base a la información recopilada por la investigación de mercado, la estrategia asegura una efectiva coordinación entre la comunicación, impulso de promociones y publicidad, ayuda a las empresas o negocios a hacer un uso óptimo de sus recursos para proporcionar un mensaje de ventas a su mercado objetivo, una estrategia de marketing ayuda a fijar el presupuesto publicitario por adelantado, y también desarrolla un método que determina el alcance del plan, es decir, determina los ingresos generados por el plan publicitario. (Asesoría y Consultoría de Mercadotecnia, S.F).

Como lo mencionan (Howard & Serwer, 2004) , Starbucks es una empresa que ha crecido de diferentes maneras gracias a las distintas estrategias de mercadotecnia que a lo largo del tiempo ha adoptado, cuando el director general de Starbucks detectó un nicho para servir café gourmet directamente a los consumidores, esta se convirtió en su estrategia de penetración de mercado, lo que consiguió que la empresa alcanzara un elevado nivel de lealtad por parte de sus clientes, su estrategia de desarrollo de mercado marcó del hito en la expansión de Starbucks.

Seguidamente, la empresa utilizó la misma estrategia que le había funcionado antes, aplicándola en otras ciudades de Estados Unidos, después en todo el país y finalmente en el mundo entero, una vez que consolidó su presencia en miles de ciudades del planeta, Starbucks se propuso aumentar el número de compras de sus clientes mediante una estrategia de desarrollo de productos, lo que llevó a la empresa a desarrollar una nueva gama de mercancías para vender en sus establecimientos, por último, Starbucks se ha lanzado a la diversificación colocando en los estantes de los supermercados. (Howard & Serwer, 2004).



Con la estrategia anteriormente mencionada, se puede evidenciar como la empresa Starbucks implemento un adecuado estudio de mercado para lograr cumplir con todos los objetivos trazados, por lo cual empezaron con servir café gourmet a los consumidores y después de esto la diversificación de los estantes en los supermercados para incrementar las ventas.

4.3 Estrategias de precio

Es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto, con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general. (Promonegocios.net, S.F), de igual manera es un factor importante para determinar la demanda del mercado y este a su vez con el posicionamiento los entes económicos relacionados con sus ingresos y sus gastos que el objetivo principal es aumentar las ventas y la participación en el mercado.

Para (Kotler & Keller, 2006), mencionan que el precio es el único elemento de la mezcla de marketing que genera ingresos; todos los demás generan costos, el precio es el elemento del programa de marketing más fácil de ajustar puesto que modificar las características del producto, los canales de distribución e incluso la promoción lleva más tiempo, de igual manera el precio también comunica al mercado el posicionamiento de valor que busca la empresa para su artículo o su marca, un producto bien diseñado y comercializado justifica un precio más alto y reporta más utilidades; tal es el caso de la compañía Whirlpool y su producto Duet, una combinación de lavadora y secadora con apertura por el frente, cuyo precio era cuatro veces mayor al precio de los demás productos de la compañía.

En ese sentido, el plan de precios de Duet fue consecuencia de un cambio más amplio dentro de la estrategia general de precios de Whirlpool, que pretendía reducir la frecuencia de los descuentos, los cuales resultaban costosos y potencialmente confusos, los mercadólogos deben tener en cuenta muchos factores a la hora de tomar decisiones respecto al precio: la empresa, los clientes, la competencia y el entorno de marketing, las estrategias de precios deben ser consistentes con la estrategia de marketing de la empresa, con su mercado meta y con el posicionamiento de sus marcas. (Kotler & Keller, 2006)



Las estrategias de precio son importantes porque ayudan a establecer un rubro diferenciado al resto en relación a la competencia y al mercado, por lo cual las empresas deben de establecer un análisis de todos los factores que pueden intervenir en relación a la fijación del precio para que no se vea afectada la demanda de los consumidores.

4.4 Estrategias de plaza (Distribución)

Son aquellas estrategias encaminadas a la distribución de los productos a través de los canales de trayectoria del transporte de la mercancía desde el fabricante hasta el consumidor final de igual forma los intermediarios también juegan un punto clave en estas estrategias porque dependiendo de la cantidad así se determina si el canal es corto o largo de igual manera son el resultado de la mercadotecnia en general.

Según (Ferrell & Hartline, 2006), mencionan a la marca Downy como aquella que tiene presencia en la mayoría de los canales de distribución, con prioridad en tiendas de autoservicio y clubes de precios, aunque también se puede encontrar en tiendas de conveniencia, tiendas tradicionales y farmacias, esto gracias a la experiencia de muchos años de Procter & Gamble (P&G) en productos de consumo popular y a tener bien identificados sus canales de distribución.

4.5 Estrategias de promoción

En la mercadotecnia moderna no basta con desarrollar un buen producto, darle un precio atractivo y lanzarlo al mercado, las empresas también deben comunicarse con los grupos reales y potenciales, además de hacerlo con el público en general, las estrategias de promoción son el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al gran público, para lo cual se apoyan en distintas herramientas tales como: la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, las ventas personales y la mercadotecnia directa

De igual forma (Kotler & Keller, 2006), hacen énfasis en la Investigación de Mercados un buen ejemplo para referenciar las estrategias de investigación de mercados de (Fass, 2004), que habla sobre cómo aprovechar la tendencia de artesanía infantil de los juguetes, así como la tendencia minorista del entretenimiento interactivo, en lugar de fabricar porcelana o joyería de fantasía, esta cadena de 160 establecimientos distribuidos en Estados Unidos, Canadá, Japón, Dinamarca y Corea.



Permite a los niños diseñar Sus propios osos de peluche y otros animales, y retocarlos con ropa, zapatos y accesorios, Build-ABear en su estrategia de mercado, ha conformado una base de datos con información de más de nueve millones de niños y de sus familias invitando a los clientes a registrar sus peluches, al incluir un código de barras dentro del muñeco, la empresa puede volver a reunir al peluche y al propietario si el primero se pierde, la base de datos permite a la empresa ponerse en contacto con sus clientes, tanto por correo postal como por correo electrónico, con vales de regalo, promociones y recordatorios para fiestas. (Fass, 2004).

4.6 Plan de negocios

Es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial, por lo cual lo realiza por escrito una persona emprendedora y en él plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar, consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza, mediante el plan de negocio se evalúa la calidad del negocio en sí, en el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre ésta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha. (GestioPolis, 2001), el plan de negocios es un documento escrito y formal en donde se plasman todos los objetivos empresariales de la empresa y los mecanismos para alcanzarlos.

Por su parte, la investigación realizada por (Cantillo & Conde , 2011), titulada formulación de un plan de marketing para promover la electrificación urbana con sistemas solares fotovoltaicos, presenta un plan construido por siete apartados: diagnóstico de la situación, análisis de debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades (DAFO), estrategias, marketing mix, objetivos, tácticas, contingencias y presupuesto, este plan fue diseñado para que sobre él se pudiera constituir una unidad de negocio en una empresa del sector de ingeniería, o para la creación de una nueva empresa, la descripción y ejemplificación de los términos de mercadotecnia analizados anteriormente permiten entender con claridad la temática central de esta investigación. (Sánchez, 2014).

El plan de negocios debe contener los objetivos y los mecanismos para alanzarlo a través de una serie de evaluaciones en donde se determina las afectaciones de las



variables que hacen parte del proceso de optimización de recursos para alcanzar las metas establecidas por la empresa.

4.7 El impacto del Coronavirus Covid-19 en los negocios

Las pandemias son los principales marcos nacionales de gestión de riesgos en muchos países, por ejemplo, la influenza pandémica encabeza la matriz de riesgos naturales del Registro Nacional de Riesgos del Reino Unido, (Marsh, 2020) y las enfermedades infecciosas emergentes están marcadas como motivo de gran preocupación, visto como un problema médico, cada brote de una infección potencialmente peligrosa lleva a las autoridades a hacer un conjunto racional de preguntas y desempolvar el menú de opciones de respuesta que se pueden implementar según sea necesario de manera gradual.

Sin embargo, la realidad es generalmente más perturbadora, ya que los gobiernos nacionales y las agencias supranacionales equilibran la seguridad sanitaria y los imperativos económicos, sociales con el respaldo de una inteligencia imperfecta y en evolución, es un desafío de gobernanza que puede tener consecuencias a largo plazo para las comunidades y las empresas, además de esto, también deben adaptarse al comportamiento humano.

El covid-19 ha traído grandes cambios en el sector empresarial debido a las medidas establecidas por el gobierno nacional para salvaguardar la vida de los ciudadanos, en un entorno cada vez más complejo y cambiante se vuelve fundamental la implementación de innovación y medidas que permitan mejorar la competitividad y supervivencia de las empresas sin importar el tamaño, tipo de actividad y el mercado al que se dirigen sus productos y servicios. (Barrios J. , 2019)

4.8 Dilemas de gestión y pérdida de confianza

La enfermedad por coronavirus Covid-19, no es una excepción, la enfermedad es una epidemia que podría convertirse en una pandemia mundial, surgió en un centro de fabricación y transporte densamente poblado en el centro de China y desde entonces se ha extendido a otros 29 países y regiones. (MedicalNewsToday, 2020), transmitida por el Año Nuevo chino Viaje internacional.

A diferencia de la emergencia del ébola en África occidental de 2013-2016. (Instituto de salud Global Barcelona , 2016), más mortal pero menos contagiosa, posiblemente



más aislada y eventualmente contenida en parte por los países más ricos que ponen dinero en África, el COVID-19 presenta economías más grandes e interdependientes con dilemas de gestión, también ha surgido en un momento de erosión de la confianza dentro y entre países, con el liderazgo nacional bajo la presión de los crecientes disturbios sociales y las confrontaciones económicas entre las principales potencias.

Según la gobernanza efectiva de las crisis transfronterizas, como las pandemias, implica preparación, respuesta y recuperación a nivel local, nacional e internacional, en donde las evaluaciones de preparación para epidemias muestran que muchos países, especialmente en regiones donde podrían surgir nuevos patógenos, no están bien equipados para detectar, informar y responder a brotes.

Los empresarios están perdiendo la confianza en que esta situación se mejore debido a que el brote epidemiológico de la pandemia sigue presenten y hasta que se encuentre una cura o disminuya considerablemente los casos de covid-19 las medidas implementadas por el gobierno nacional, porque el sector comercio es el que más se avisto afectado por el cierre de establecimientos y rigurosos medidas de implementación de protocolos de bioseguridad que traen grandes sobrecostos para los microempresarios y un panorama incierto para los empresarios.

4.9 Negación, encubrimientos y fallas de gobierno

Las estrategias de respuesta varían, por ejemplo: minimizar o exagerar las crisis y permanecer abierto a los negocios el mayor tiempo posible en lugar de tratar de reabrir rápidamente, el Covid-19 ha puesto de relieve la tendencia en muchos países a negar o encubrir banderas rojas para evitar sanciones económicas o políticas, pero este enfoque puede fallar.

Con decenas de millones de trabajadores ahora en cuarentena y piezas en escasez, China está luchando por volver a encauzar la actividad económica, los países con arreglos de gestión de riesgos de crisis bien perfeccionados están avanzando mucho mejor para frenar la propagación de la infección, aunque eso no los hace inmunes a las presiones políticas y económicas. (Marsh, 2020).

De igual forma, el COVID -19, también ha mostrado cómo las fallas de gobernanza pueden implicar la inacción o una acción excesivamente celosa por parte de autoridades mal preparadas que luchan por mantener o recuperar la estabilidad, ambos extremos del espectro socavan la confianza y la cooperación entre ciudadanos y países, las medidas de control centralizado pueden parecer necesarias para detener o retrasar la



propagación del virus y compensar la débil resistencia individual y comunitaria, pero también pueden causar daños.

Las cuarentenas masivas en las ciudades aumentan los riesgos para la salud mental a medida que las personas experimentan estrés, ansiedad y una sensación de aislamiento y pérdida de control sobre sus vidas. (Marsh, 2020) , las prohibiciones generan sanciones sociales, económicas y políticas, lo que puede desanimar a las personas y los organismos gubernamentales a compartir información y divulgar brotes futuros, el sistema de salud débil lucha por limitar la propagación de la infección, lo que reduce aún más la confianza en la competencia y el carácter de las instituciones y las personas a cargo.

La situación del covid-19 llegó sorpresivamente para todos los países ya que no estaban preparados para una crisis económica y sanitaria debido a esto la económica nivel mundial sea visto afectada, por lo cual, cada país determinó qué normatividad iban a emplear para salvaguardar la vida de los ciudadanos, donde algunos tomaron medidas flexibles que ocasionaron que aumentaran la tasa de mortalidad por lo cual Colombia decidió iniciar con medidas preventivas para estudiar de la relación y el comportamiento epidemiológico por lo cual el números de casos aumentaron el nación y se decidieron tomar medidas más drásticas que hasta la fecha sean ido flexibilizando de manera lenta, pero ha ocasionado grandes cambios negativos a la economía de los microempresarios.

4.10 El pánico se extiende más rápido que las pandemias

Confiar en las redes sociales es un desafío adicional: el pánico se propaga más rápido que las pandemias, ya que las plataformas globales amplifican la incertidumbre y la información errónea, el contenido emocionalmente visceral de cualquier persona, como datos, anécdotas o especulaciones, que despierte el miedo, puede volverse viral y llegar a muchas más personas, el temor desgastará la confianza de los ciudadanos en la capacidad de los gobiernos para protegerlos del riesgo y aumentará la probabilidad de medidas psicológicamente defensivas y perjudiciales para la sociedad. (Marsh, 2020).

La cuarentena se ha ido extendiendo debido al aumento del número de casos del covid-19, en la cual, se tenía predestinado por el gobierno nacional que el número de casos disminuyera con las medidas implementadas, pero por la falta de cultura y concientización han generado que se mantenga el brote epidemiológico de la pandemia, por lo cual el comercio se mantiene cerrado y algunos establecimientos



lograron abrir sus negocios pero cumpliendo con todos los protocolos de bioseguridad para poder sobre llevar la pandemia y esta situación genero pánico a los empresarios porque no tiene una señal de mejorar esta situación que se venido extendiendo por las consecuencias negativas generadas por la misma pandemia.

4.11 ¿Cuál es el impacto en los negocios?

Cuando se considera necesaria una respuesta política estricta, las empresas se verán inevitablemente afectadas, con efectos a corto plazo y a largo plazo menos esperadas las cuales son según (Marsh, 2020):

- 1) Las restricciones de viaje y las cuarentenas que afectan a cientos de millones de personas han dejado a las fábricas chinas sin mano de obra y piezas, interrumpiendo las cadenas de suministro justo a tiempo y desencadenando advertencias de ventas en las industrias de tecnología, automotriz, bienes de consumo, farmacéutica y otras.
- 2) Los precios de los productos básicos han disminuido en respuesta a una caída en el consumo de materias primas de China, y los productores están considerando reducir la producción.
- 3) La movilidad y las interrupciones en el trabajo han llevado a marcados descensos en el consumo chino, exprimiendo a las empresas multinacionales en varios sectores, incluidos la aviación, la educación en el extranjero, la infraestructura, el turismo, el entretenimiento, la hospitalidad, la electrónica, los bienes de consumo y de lujo.

En general, el crecimiento del PIB de China puede reducirse en 0,5 puntos porcentuales este año, reduciendo al menos 0,1 puntos porcentuales del crecimiento del PIB mundial. Esto afectará a los mercados desarrollados y emergentes con altas dependencias de China, ya sea en forma de comercio, turismo o inversión. (Marsh, 2020).

Algunos de estos países exhiben fragilidades económicas preexistentes, otros (reconociendo una superposición) tienen sistemas de salud débiles y, por lo tanto, una menor resistencia a las pandemias. (Marsh, 2020), muchos países asiáticos y africanos carecen de capacidades de vigilancia, diagnóstico y hospital para identificar, aislar y tratar pacientes durante un brote, los sistemas débiles en cualquier lugar son un riesgo para la seguridad de la salud en todas partes, lo que aumenta la posibilidad de contagio y las consecuencias sociales y económicas resultantes.



Por tal razón, la económica nacional se ha visto afectada por las diferentes problemáticas que atraviesan los microempresarios, como es el caso de los elevados precios de los insumos y mercancías de los proveedores debido a los problemas de movilidad que está atravesando el país a raíz de la cuarentena de igual forma notablemente han disminuido considerablemente las ventas a raíz de las restricciones impuestas por el autoridades territoriales con el fin de salvaguardar las vida de los habitantes.

4.12 ¿Por qué las empresas deberían invertir en la resiliencia pandémica?

Las epidemias y las pandemias son, por lo tanto, un riesgo comercial independiente, así como un amplificador de las tendencias y vulnerabilidades existentes, a largo plazo, el coronavirus Covid-19 puede servir como otra razón, además de las regulaciones proteccionistas, para que las empresas reevalúen la exposición de su cadena de suministro a regiones propensas a brotes y se reconfiguren regionalmente.

Es posible que las empresas también tengan que lidiar con la intensificación de los riesgos políticos, económicos y de seguridad sanitaria, el crecimiento tambaleante en el mercado puede no ser capaz de absorber las fuerzas laborales de rápido crecimiento, lo que lleva a disturbios sociales, incertidumbre política e incapacidad para invertir en sistemas de salud, más allá de las preocupaciones relacionadas con la continuidad operativa del negocio, la protección de los empleados y la preservación del mercado, los negocios deben de analizar nuevamente su exposición a interdependencias complejas y en evolución que podrían agravar los efectos de la pandemia, dado al ciclo de pánico y negligencia de la preparación para una pandemia. (Hariharan, 2020).

Los empresarios deberán invertir en contrarrestar el covi-19, teniendo en cuenta que hasta que no disminuyan notablemente los casos del covid-19 o se encuentre una cura de la pandemia, la situación del manejo de medidas para contrarrestar la pandemia seguirá, por tal razón los empresarios deberán invertir en la implementación de los protocolos de bioseguridad para continuar con su actividad económica y seguir participando activamente en el mercado.

4.13 Estrategia empresarial ante el Covid-19

La rápida propagación del Covid-19 ha transformado la forma de operar de las cadenas de suministro del mundo y su impacto todavía es difícil de modelar y evaluar, las



naciones más afectadas hasta el momento por el nuevo coronavirus son algunas de las más importantes potencias económicas y comerciales que han visto interrumpidas sus líneas de exportación e importación de insumos. (Huerta, 2020).

Con importantes restricciones de movimiento de personas y vehículos, el sector empresarial podría enfrentarse a un golpe económico sin precedentes, los escenarios más optimistas, en los que la contención del patógeno podría lograrse en las siguientes semanas, toman como ejemplo a China, uno de los proveedores de insumos más grandes del mundo, corazón de la pandemia y que empieza, lentamente, a mostrar signos de recuperación y actividad empresarial, los impactos en las compañías del mundo, sin embargo, parecen inevitables, el costo de suministros provenientes de China podría aumentar en el corto plazo, derivado de las horas extras y los costos de flete acelerados, así como del pago de primas para compra de insumos y mantener la capacidad de distribución, en cualquier escenario

Por lo cual, la propagación del virus dejará importantes aprendizajes para las empresas, muchas de ellas ya han tenido que reformular sus procesos y encontrar alternativas para sus modelos operativos, la emergencia reveló los puntos débiles del mercado, las empresas deben implementar estrategias en todos los ámbitos para lograr contrarrestar los efectos negativos generados por esta crisis económica.

4.14 Tres recomendaciones para afrontar el Covid-19

Las empresas trabajan ahora mismo en la identificación de estrategias alternativas de abastecimiento, desarrollar escenarios de suministro alternativo será fundamental para disminuir los efectos negativos provocados por la pandemia. (Escudero, Estrategia empresarial ante el covid-19, 2020), ante este panorama, se destaca tres acciones importantes para afrontar la crisis del coronavirus:

4.15 Mejorar la visibilidad de la cadena de suministro

Se deben implementar herramientas de visibilidad de la cadena de suministro que brinden una línea de visión de las limitaciones de capacidad de los proveedores de primer, segundo y tercer nivel. Con esta información, los fabricantes globales pueden obtener un perfil más completo sobre las rutas que siguen sus insumos. (Escudero, Estrategia empresarial ante el covid-19, 2020), los empresarios deberán implementar medidas que mejoren su visibilidad en cuanto al transporte y rastreo de mercancía y suministros de los entes económicos.



4.16 Modelar nuevos riesgos y costos

Las nuevas tecnologías pueden proporcionar mayor inteligencia y toma de decisiones más eficientes, las herramientas de evaluación de riesgos que utilizan aprendizaje automático pueden identificar patrones de riesgo y oportunidades en materia de datos macroeconómicos globales, geopolíticos y de salud, estas herramientas son capaces de modelar de forma rápida escenarios alternativos de suministro y transporte ante eventos inesperados como huelgas en puertos o, incluso, identificar rutas y fuentes alternativas de suministro. (Escudero, Estrategia empresarial ante el covid-19, 2020).

Los empresarios deberán hacer un análisis de las situaciones en las que se encuentra la empresa para poder observar cuales son los puntos fuertes o débiles, para lo cual los empresarios deben de ser consciente cuales son las prioridades para así poder hacer una inversión correcta y optimizar los recursos y seguir activos en el mercado.

4.17 Centrarse en la resiliencia

La propagación del Covid-19 y la parálisis económica estima que la emergencia sanitaria pueda reconfigurar las cadenas de suministro para crear resiliencia y un modelo proactivo más integral, por el momento, varias empresas han diversificado sus modelos operativos relacionados, en respuesta a las cambiantes políticas comerciales y a la emergencia de salud. (Escudero, Estrategia empresarial ante el covid-19, 2020).

Por lo cual la prioridad para todos los empresarios debe ser contrarrestar adecuadamente la situación de la pandemia del covi-19, porque hasta que no se encuentre una cura las medidas de bioseguridad continúan, a cada Cámara de Comercio le suministraron una lista de Cheo en la cual contiene cuales son las medidas que debe de ejecutar e implementar cada sector económico si quieren darles reapertura a sus actividades económicas.

4.18 Herramientas digitales: Clave para evaluar el impacto del Covid-19

En tiempos de crisis, evaluar y gestionar los impactos económicos es fundamental y en muchos casos clave para garantizar la supervivencia de las empresas, las nuevas tecnologías jugarán un papel importante en la creación de modelos y manejo de la emergencia, desde las herramientas digitales implementadas por los gobiernos para la



autoevaluación de síntomas. (Escudero, Estrategia empresarial ante el covid-19, 2020).

Por lo cual, la tecnología juega un papel importante y trascendental como apoyo para sobrellevar esta crisis económica y financiera, tanto para el gobierno nacional como para los empresarios, ya que les permitirá medir los indicadores económicos y así poder hacer una percepción global de la crisis que está atravesando el país y generar nuevas fuentes de ingresos a través de las ventas multicanal.

4.19 Medidas de las empresas colombianas ante El Covid-19

Recientemente la Presidencia de la República junto al Ministerio de las Tecnologías de la información y la comunicación, anunciaron distintas medidas para garantizar la prestación de servicios de comunicaciones durante el estado de emergencia sanitaria. Mediante el decreto 464 del 2020. (Suin Juriscol, 2020) , se declararon como esenciales los servicios de telecomunicaciones y postales. Como resultado, se garantiza la instalación, mantenimiento y operación de las redes, entre las medidas acatadas vale la pena resaltar la implementación de planes de telefonía prepago: una vez finalizado el saldo del usuario, el proveedor otorgará por treinta (30) días una capacidad de envío de doscientos (200) mensajes de texto (SMS) gratis y la recepción de estos sin ninguna restricción.

Adicionalmente, mediante la resolución 5941 del 2020, se suspende la atención en las oficinas físicas, y se focaliza la atención telefónica entre 8:00 a.m. y 6:00 p.m. Teniendo esto en cuenta y con el fin de asegurar la contingencia del covid-19, empresas de todos los sectores se han solidarizado fortaleciendo sus canales virtuales de atención e implementando el trabajo remoto como medida para aumentar sus índices de producción durante la cuarentena. (Portalempresarial.org, 2020).

Los microempresarios debido a esta a difícil situación económica han implementado unas series de medidas para contrarrestar dicha situación , por el cierre repentino de los establecimientos de comercio por ser posibles focos de propagación como medida decreta por el gobierno nacional, los empresarios decidieron cambiar o rediseñar sus modelos de negocio con el fin de seguir activos en mercado, de igual forma accedieron a créditos financieros para poder contrarrestar las cargas laborales como son los pagos de los salarios de los trabajadores y la adecuación de lo establecimiento para evitar la propagación del virus a través del distanciamiento social.



5. METODOLOGÍA

Investigación de carácter descriptivo, por que mide y evalúa las variables que determinan las estrategias de los microempresarios, así como lo indica (Dankle, 1986), “el estudio descriptivo mide o evalúa los diversos aspectos, dimensiones o componentes por medio de la fundamentación”, con enfoque cuantitativo por lo cual los datos son números ya que involucra un proceso de estudio con fundamento estadístico así como lo indica según explica (Sampieri, 1991) “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”, a través de fundamentación”. es teóricas de diversas fuentes y autores que justifican las estrategias implementadas por los microempresarios del sector comercio del municipio del Espinal- Tolima sumado a esto la Cámara de Comercio del sur oriente del Tolima suministro la base de datos de todas las empresas registradas en el presente año teniendo en cuenta esta información se empleara la técnica de bola de nieve para determinar la muestra que no es probabilística por la difícil situación que está pasando el país debido a la emergencia sanitaria y la continuidad de la cuarentena , seguidamente se determinó el instrumento que son las encuestas con preguntas cerradas , por lo cual se enviaron 300 correo electrónicos a los microempresarios de sector comercio debidamente registrados, luego se procede a hacer el respectivo análisis de las respuestas dadas por los microempresarios para así poder definir cuáles son las estrategias que se emplearon.

5.1. Población y muestra

Las 1225 Microempresas del sector comercio que están debidamente registradas en la Cámara de Comercio del Sur oriente del Tolima según la base de datos suministrada por la misma, la técnica de muestreo que se implemento es de la bola de nieve debido a la emergencia sanitaria del covid-19 y las restricciones impuestas por el gobierno nacional de estado de cuarentena. Para el cálculo del tamaño de la muestra se hizo uso de la calculadora online SurveyMonkey en la cual arrojó una muestra de 293 microempresas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% Tomado de: <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>. Para la muestra se tendrá en cuenta 150 microempresas del sector comercio del municipio del Espinal que fueron las que contestaron la encuesta.



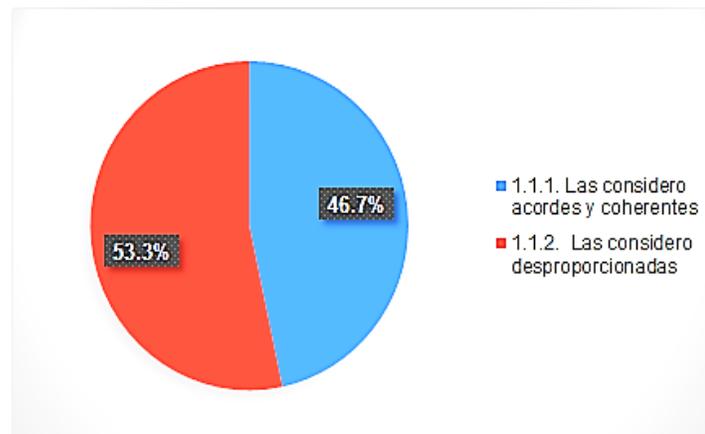
5.2. Procesamiento y análisis estadístico:

Se elaborará un análisis estadístico de los resultados de las encuestas que se le hagan a los microempresarios del sector comercio del municipio del Espinal- Tolima, teniendo en cuenta a que esto contribuye con la determinación de la muestra y así poder tabular los datos obtenidos y establecer las generalizaciones apropiadas a través de Excel por que cuenta con herramientas gráficas y tablas calculares y el análisis de los resultados estadísticos que arrojen las gráficas se harán a través de textos que son procesados en el programa de Word, por lo cual de obtener estos datos se procederá a realizar las conclusiones de las estrategias empleadas por los microempresarios del sector comercio en los tiempos del covid-19.

6. DESENLACE INVESTIGATIVO

6.1. Percepción con las medidas adoptadas por el gobierno nacional para el control de la emergencia sanitaria del Covid-19 con referencia a las microempresas.

Gráfica 1. Percepción con las medidas adoptadas por el gobierno nacional. 2020



Fuente: Elaboración propia.

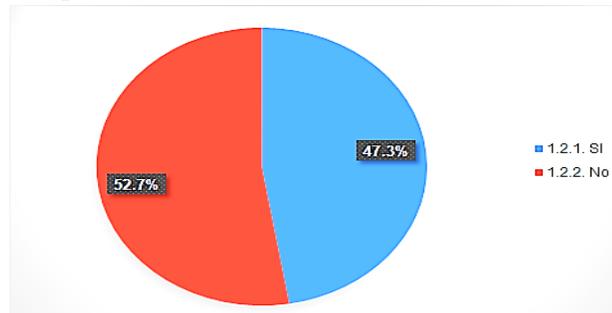
El 53.3% de los microempresarios del sector comercio manifiestan que las medidas adoptadas por el gobierno nacional, las cuales fueron toquen de queda, cuarentena indefinida y especialmente el cierre de establecimiento de comercio son desproporcionadas ya que se están viendo directamente afectados y solamente el 46.7%



opinaron que estaban acorde por el fin que tiene el Estado de salvaguardar las vidas de los ciudadanos.

6.2. Cierre temporal de los establecimientos de comercio.

Gráfica 2. Cierre temporal de los establecimientos de comercio. 2020

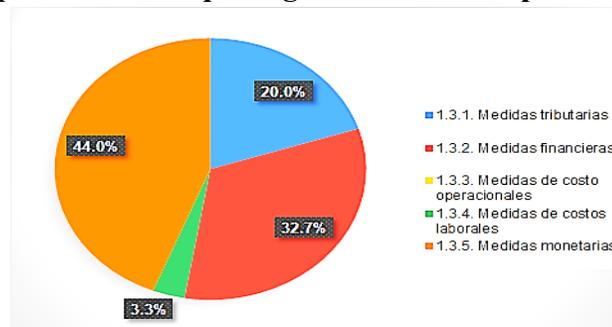


Fuente: Elaboración propia.

El 52.7 % de los microempresarios del sector comercio no están de acuerdo con el cierre temporal sus establecimientos ya que esto trajo notablemente una disminución en sus ingresos, solo el 47.3% de los microempresarios manifestaron estar de acuerdo con esta medida impuesta por el gobierno nacional para el control de la emergencia sanitaria.

6.3. Principales medidas que el gobierno debería priorizar.

Gráfica 3. Principales medidas que el gobierno debería priorizar. 2020



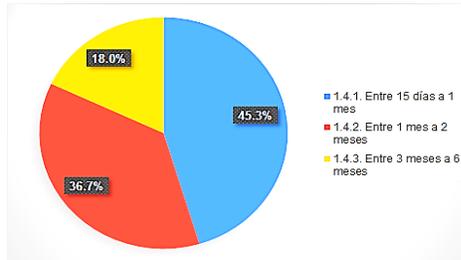
Fuente: Elaboración propia.

El 44% de los microempresarios del sector comercio dijeron que el gobierno debería implementar las medidas monetarias ya que con el alza del dólar y la caída del petróleo los precios subieron considera mente y el 32.7% dijeron que agilizaran en la implementación de más medidas financieras debido a la difícil situación económica que están pasando los microempresarios por la baja en ventas, y el alza en insumos por el transporte de mercancía.



6.4. Cantidad de meses subsistencia de los negocios con recursos propios.

Gráfica 4. Cantidad de meses subsistencia de los negocios con recursos propios.2020

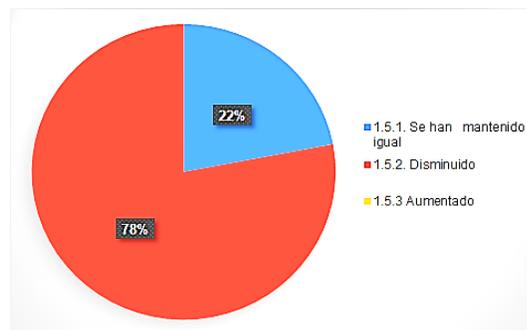


Fuente: Elaboración propia.

El 45.3% de los microempresarios del sector comercio solamente podrían sostener sus negocios en un intervalo de 15 días a 1 mes y el 36.7% de los microempresarios podrán sostener con recursos 2 meses más es decir la gran mayoría de microempresarios están pasando por una situación económica difícil por el cierre de los establecimientos y los cansos de contagio del covid-19 han aumentado y esto establece un panorama poco favorable para los micro comerciantes por la baja en ventas.

6.5. Ventas de los microempresarios del sector comercio.

Gráfica 5. Ventas de los microempresarios del sector comercio.2020



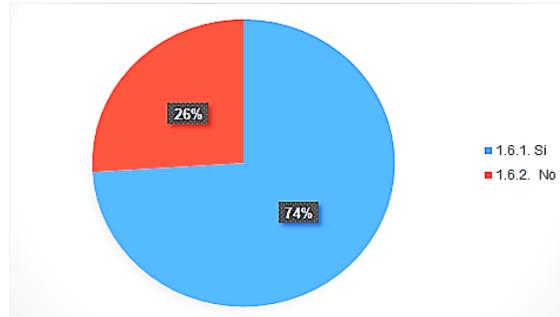
Fuente: Elaboración propia.

El 78% de los microempresarios del sector comercio manifestaron que sus ventas disminuyeron debido al cierre temporal de sus establecimientos, a la cuarentena que estableció medidas como pico y placa, pico y género, porque de igual forma aquellas microempresas que pidieron un permiso especial a la alcaldía y establecieron en sus negocios medidas de bioseguridad manifestaron que notablemente sus ventas han disminuido.



6.6. Problemas en el suministro de materias primas o mercancía.

Gráfica 6. Problemas en el suministro de materias primas o mercancía. 2020

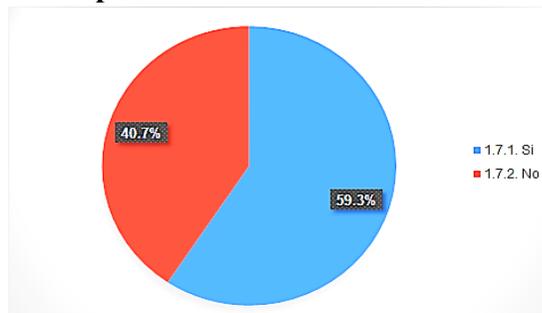


Fuente: Elaboración propia.

El 74% de los microempresarios del sector comercio manifestaron tener problemas con el suministro de insumos ya que han aumentado los costos y mayormente por la movilidad de sus proveedores solamente el 26% han manifestado que por el momento no han tenido ningún tipo de problema con sus proveedores.

6.7. Aumento de los precios de las ventas de los bienes o servicios.

Gráfica 7. Aumento de los precios de las ventas de los bienes o servicios. 2020

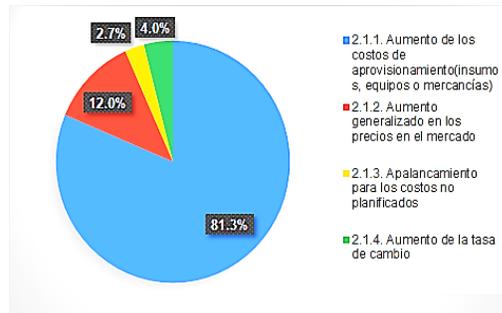


Fuente: Elaboración propia.

El 59.3% de los microempresarios del sector comercio han aumentado los precios en sus bienes y servicios debido a los altos costos de los insumos y por las bajas ventas para así poder contrarrestar un poco la situación, el 40.7% manifestó mantener sus precios para poder mantener ventas.

6.8. Razones que llevaron al incremento de los precios en la venta de bienes y servicios

Gráfica 8. Razones que llevaron al incremento de los precios en la venta de bienes y servicios. 2020.

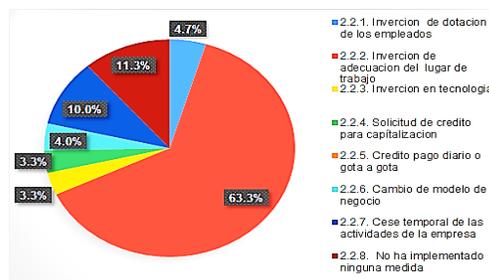


Fuente: Elaboración propia.

El 81.3% de los microempresarios del sector comercio manifestaron que incrementaron sus precios de ventas debido al aumento de los costos de aprovisionamientos como son los insumos, equipos, mercancías y solo el 4% de los microempresarios manifestaron que por el alza de la tasa de cambio.

6.9. Medidas implementadas por la empresa.

Gráfica 9. Medidas implementadas por la empresa. 2020.



Fuente: Elaboración propia.

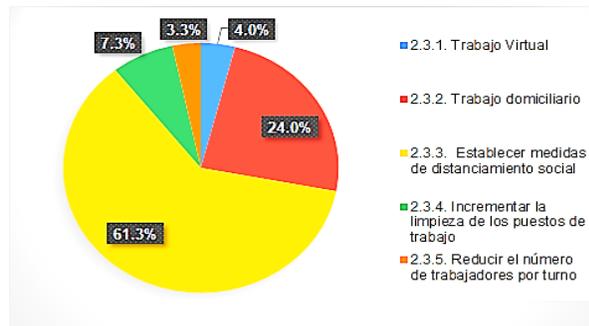
El 63.3% de los microempresarios de la cámara de comercio manifestaron que la principal medida que implementaron en sus empresas para contrarrestar esta situación es la de adecuar el lugar de trabajo con el fin de que los trabajadores y clientes tengan un lugar seguro y se pueda implementar adecuadamente las medidas de bioseguridad, el 11.3% no han implementado ningún tipo de medida para contrarrestar esta situación, el 10% cesó sus actividades hasta que al gobierno inicia adecuadamente la reapertura sin tanto protocolo del comercio en general, el 4.7% invirtió en equipo de bioseguridad para los trabajadores, el 4% cambió el modelo de negocio teniendo en cuenta la actividad de sus empresas para lograr seguir activos en el mercado y de acuerdo a las necesidades de salubridad temporales que se presentan con el covid-19



y los demás invirtieron en tecnología e hicieron solicitud de crédito para capital de trabajo.

6.10. Implementación de medidas de salud laboral.

Gráfica 10. Implementación de medidas de salud laboral. 2020.

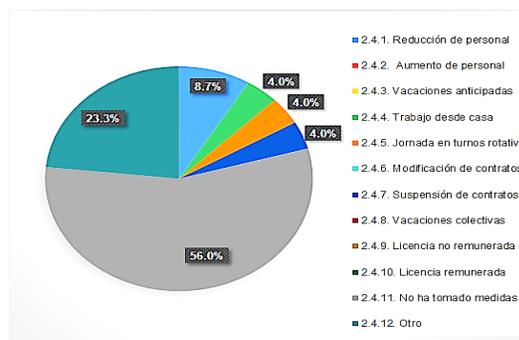


Fuente: Elaboración propia.

El 61.3% de las microempresas del sector comercio implementaron en el lugar de trabajo medidas de distanciamiento social en donde ningún trabajador podrá acercarse al otro con una distancia de un metro cada uno con su respectivo tapabocas, el 24% de las micro comerciantes implemento el trabajo domiciliario es decir trabajar desde casa y solamente el 3.3% decidieron implantar turnos rotativos para evitar la conglomeración de personas en el local.

6.11. Medidas implementadas para la planta de personal.

Gráfica 11. Medidas implementadas para la planta de personal. 2020.



Fuente: Elaboración propia.

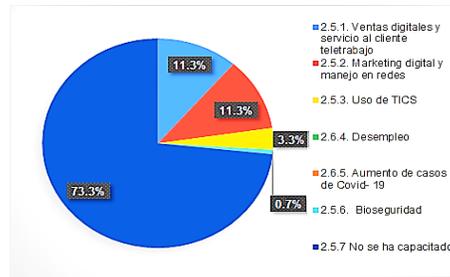
El 56% de los microempresarios del sector comercio no han tomado ningún tipo de medida relacionada a la planta de personal para contrarrestar la grave situación económica generada por el covid-19, el 8.7% de los micro comerciantes decidieron despedir su personal y los demás suspendieron los contratos para no despedir los empleados si no dándoles la posibilidad de que cuando la situación se mejore vuelva



y les renuevan los contratos como estaban y se otros emplearon los turnos rotativos para reducir costo y también para evitar propagación del virus.

6.12. Temas de las capacitaciones digitales.

Gráfica 12. Temas De Las Capacitaciones Digitales. 2020.

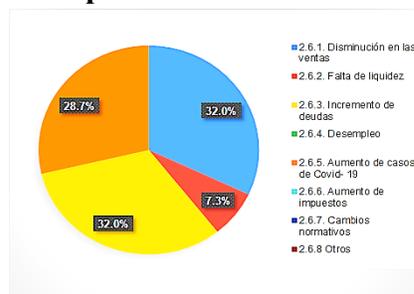


Fuente: Elaboración propia.

El 73.3% de los microempresarios del sector comercio no se han capacitado en ningún tema digital y el 11.3% de los microempresarios se han capacitado en ventas digitales y servicios al cliente a través del teletrabajo, los microempresarios del espinal del sector comercio no están implemento las plataformas digitales para sus ventas ya que no se están capacitando para las ventas multicanal.

6.13. Principales Preocupaciones De Los Microempresarios.

Gráfica 13. Principales Preocupaciones De Los Microempresarios. 2020.



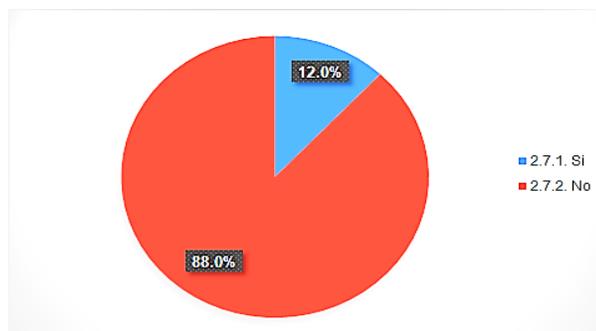
Fuente: Elaboración propia.

El 32% de los microempresarios del sector comercio les preocupa que sigan disminuyendo las ventas si continua con esta cuarentena y la restricción de cierre de establecimientos de comercio y medidas de protocolos de bioseguridad y el 32% dicen que les preocupa que las deudas sigan incrementando debido a la crisis económica y la falta de ingresos, 28.7% les preocupa que sigan aumentando los casos por salud y por qué la situación se extendiera más indefinidamente.



6.14. Venta de productos y servicios por medio digitales y electrónicos.

Gráfica 14. Venta De Productos Y Servicios Por Medio Digitales Y Electrónicos. 2020.



Fuente: Elaboración propia.

El 88% de los microempresarios del sector comercio no venden sus productos o servicios por internet ya que no tienen los conocimientos necesarios en las técnicas de información y comunicación y el uso de las tecnologías solamente el 12% de los microempresarios si realizan sus ventas por medios electrónicos y digitales.

Se concluye al finalizar la encuesta que los microempresarios del sector comercio del Espinal se han visto afectados debido a esta difícil situación ocasionada por el Covid-19, gran parte de los microempresarios manifestaron una disminución en sus ventas, han tenido problemas con el suministro de materias primas o mercancía, han optado por incrementar los precios de sus productos, debido a un aumento en los costos de aprovisionamiento. Para poder seguir ofreciendo sus servicios y productos al público, gran parte de los microempresarios han realizado una inversión en la adecuación del lugar para cumplir con las medidas de distanciamiento social. Para finalizar las principales preocupaciones que tienen los microempresarios para los próximos meses son: las disminuciones de sus ventas, que se incrementen sus deudas y el aumento de casos de covid-19.

7. REFLEXIÓN DE LOS AUTORES

La gran mayoría de microempresarios del sector comercio piensan que las medidas adoptadas por el gobierno nacional son desproporcionales, porque el sector económico



más afectados es el sector comercio debido a la clausura temporal de sus establecimientos causa por la cual a traídos una crisis económica en las empresas debido a que han disminuidos sus ingresos.

El alza en el dólar y la caída del precio del petróleo a traídos al país un retroceso económico grande que ha generado que los precios aumenten.

El gobierno ha implementado una serie de mecanismos por los cuales los microempresarios pueden recurrir para obtener un apoyo financieros, como lo son el fondo de garantías con sus tres líneas de crédito y también con el ultimo mecanismo que género que es ayudarles a los empresarios a pagar el 40% de los salarios de los trabajadores que devenguen un salario mínimo la nómina de los meses de mayo, junio y julio siempre y cuando cumplan con los requisitos correspondientes a través de alguna entidad financiera en que la empresa tenga algún producto financiero.

La Dirección de Impuestos y aduanas nacionales estableció nuevos plazos para la presentación y pago de las declaraciones de renta y complementarios.

El gobierno creo tres días sin IVA para fomentar el comercio que sea visto tan afectado con esta pandemia.

Si no se soluciona pronto la situación del covi-19 o se flexibiliza más las medidas impuestas por el gobierno para sobrellevar esta pandemia, los microempresarios no podrán sostener más sus negocios con recursos propios.

Esta situación del covid-19 ha ocasionado un incremento en los suministros e insumos de los empresarios que han traído sobre costos y estos a su vez se han visto obligados a subir el precio de sus productos y servicios.

La gran mayoría de los microempresarios han optado como medida para contrarrestar la crisis sanitaria la adecuación de sus establecimientos.

Las medidas de salud laboral que han implementado la mayor parte de los microempresarios es el distanciamiento social de un metro de distancia entre trabajadores cada uno con su respetivo tapabocas.

La mayor parte de los microempresarios no sean capacitado para operar de forma digital por lo tanto sus productos no los venden por medios electrónicos.



La Cámara de Comercio del Sur Oriente del Tolima debe fomentar estrategias de fortalecimiento empresarial y motivar a los empresarios al uso de las TIC ya que son muy importantes para operabilidad de las empresas hoy en día.

Capacitaciones constantes para los microempresarios del sector comercio en temas en comercio electrónico, uso de las redes sociales como plataforma de ventas.

Los microempresarios deben de estar al tanto de las ayudas que está dando el Gobierno Nacional a través de los créditos financieros con las líneas de financiamiento especial.

Diseñar protocolos de bioseguridad más sencillos para aquellos empresarios que no cuentan con los recursos suficientes para implementarlos en sus microempresas.

Los microempresarios deben de tomar medidas para la planta de personal debido a que la cuarentena se extenderá hasta que se normalice la situación de la pandemia por lo cual lo ideal es que se implementaran más turnos rotativos para no subir el alza de la tasa de desempleo en el país, pero así poder sobre llevar los costos laborales de los entes económicos.

Los microempresarios deben de capacitarse e implementar las redes sociales y los recursos digitales como mecanismos para incrementar sus ventas.

La alcaldía junto con la Cámara de Comercio le haga acompañamiento personalizado a los microempresarios para ayudarlos a reforzar las estrategias que han implementado para sobrellevar esta crisis sanitaria.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cantillo, & Conde. (2011). Formulación de un Plan de Marketing para Promover la Electrificación Urbana con Sistemas Solares Fotovoltaicos.

Agropecuaria. Bogotá, Cundinamarca, Colombia.

Constitución de Política de Colombia. (1991). Constitución de Política de Colombia. Obtenido de artículo 95: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-5/articulo-95>

Dankle. (1986).



Dapre Presidencia. (4 de 06 de 2020). Presidencia de la Republica. Obtenido de Decreto 797 del 2020: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20797%20DEL%204%20DE%20JUNIO%20DE%202020.pdf>

Dapre presidencia. (8 de 5 de 2020). Presidencia de la república. Obtenido de Decreto 639 del 2020: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20639%20DEL%208%20DE%20MAYO%20DE%202020.pdf>

Dapre Presidencia. (4 de 6 de 2020). Presidencia de la república. Obtenido de Decreto 770 del 2020: <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20770%20DEL%203%20DE%20JUNIO%20DE%202020.pdf>

Dinero. (16 de 8 de 2019). DINERO. Obtenido de ¿La reactivación realmente no tiene reversa como dice Carrasquilla?: <https://www.dinero.com/economia/articulo/cual-fue-la-cifra-de-crecimiento-del-pib-en-colombia/275631>

Elejalde, L. (14 de Agosto de 2018). <https://www.larepublica.co>. Obtenido de [https://www.larepublica.co: https://www.larepublica.co/economia/fedearroz-pide-al-gobierno-revisar-tlc-con-la-can-para-que-se-excluya-al-arroz-2759458](https://www.larepublica.co/economia/fedearroz-pide-al-gobierno-revisar-tlc-con-la-can-para-que-se-excluya-al-arroz-2759458)

Escudero, E. (2020). Estrategia empresarial ante el covid-19. Reportero de Énfasis Logística.

Escudero, E. (2020). Estrategia empresarial ante el covid-19. Énfasis Elogistica.

Fass. (2004). Build a Bear Workshop. Bear Market.

Ferrell, & Hartline. (2006). Libro Estrategias de Marketing.

Finagro. (15 de junio de 2017). <https://www.finagro.com.co>. Obtenido de [https://www.finagro.com.co: https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/arroz_riego.pdf](https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/arroz_riego.pdf)

Florian, J. (13 de febrero de 2019). <https://sr.hypotheses.org>. Obtenido de <https://sr.hypotheses.org: https://sr.hypotheses.org/680>

GestioPolis. (12 de 4 de 2001). Experto en GestioPolis. Obtenido de ¿Qué es un plan de negocios?: <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/>



Hariharan, R. S.-B. (2020). El impacto del coronavirus COVID-19 en los negocios. MARSH.

Howard, S., & Serwer, A. (2004). Empresas: Starbucks para llevar. Fortune.

Huerta, P. (2020). Estrategia empresarial ante el covid-19. Elogística.

INS, M. d. (2020). Resolución 385 del 12 de marzo. Bogotá: Ministerio de Salud y protección social.

Instituto de salud Global Barcelona. (17 de 3 de 2016). Isglobal. Obtenido de Ébola: dos años y 11.300 muertes después: <https://www.isglobal.org/ebola#>

Kotler, & Keller. (2006). Libro Dirección de Marketing.

Marsh. (2020). Investigaciones y Boletines. Obtenido de El impacto del coronavirus COVID-19 en los negocios: <https://www.marsh.com/co/insights/research/coronavirus-impacto-negocios.html>

MedicalNewsToday. (14 de 04 de 2020). Newsletter. Obtenido de Causas del coronavirus: Su origen y cómo se propaga: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/causas-del-coronavirus-su-origen-y-como-se-propaga>

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/21584/1070954000.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Morgado. (2009). Tecsisotecatl. Obtenido de ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL: <https://www.eumed.net/rev/tecsistecat/h16/microempresas.pdf>

Muller, J. (15 de 03 de 2020). Pauta. Obtenido de El modelo de China vs el de Reino Unido para enfrentar el coronavirus: <https://www.pauta.cl/la-pauta-de-john-muller/el-modelo-de-china-vs-el-de-reino-unido-para-enfrentar-el-coronavirus>

Portalempresarial.org. (2020). Medidas de las Empresas Colombianas Ante el Covid-19. PORTAL EMPRESARIAL.

Presidente, M. y. (2020). Decreto 417. Bogotá: Presidencia de la Republica.

Promonegocios.net. (S.F). Portal de Mercadotecnia. Obtenido de Estrategias de Precios: <https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>



Revista el nuevo siglo. (11 de mayo de 2019). <https://www.elnuevosiglo.com.co>.
Obtenido de <https://www.elnuevosiglo.com.co>:
<https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/03-2019-el-paquete-de-medidas-para-el-sector-arrocero>

Rojas, R. A. (05 de junio de 2007). <http://www.bdigital.unal.edu.co>. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co>:
<http://www.bdigital.unal.edu.co/6824/5/97895882800907.pdf>

Saetía. (24 de 4 de 2020). Tiempo real y control real. Obtenido de Resolución 666 del 2020: <https://safetya.co/normatividad/resolucion-666-de-2020/#a1>

Sampieri. (1991).

Sánchez, M. D. (2014). ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN LAS MICROEMPRESAS DEL. México: Revista electrónica ciencias sociales.

Secretaria de agricultura y ganadería hondureña. (25 de Agosto de 2003). <https://curlacavunah.files.wordpress.com>. Obtenido de <https://curlacavunah.files.wordpress.com>:
<https://curlacavunah.files.wordpress.com/2010/04/el-cultivo-del-arroz.pdf>

Suin Juriscol. (18 de 03 de 2020). Sistema Único de Información Normativa. Obtenido de Resolución 453 de 2020: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30039296>

Vásquez, J. M. (28 de septiembre de 2006). <https://ciencia.lasalle.edu.co>. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co>:
<https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1308&context=economia>

Becerra, L. L. (23 de Marzo de 2019). <https://www.larepublica.co>. Obtenido de <https://www.larepublica.co>:
<https://www.larepublica.co/economia/ministro-de-agricultura-anuncio-un-paquete-de-medidas-para-el-sector-arrocero-2843438>

Dapre Presidencia . (4 de 06 de 2020). Presidencia de la Republica . Obtenido de Decreto 797 del 2020 :
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20797%20DEL%204%20DE%20JUNIO%20DE%202020.pdf>

Diaz, W. A. (15 de Diciembre de 2016). <http://repositorio.ucundinamarca.edu.co>. Obtenido de <http://repositorio.ucundinamarca.edu.co>:



<http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/473/AN%c3%81LISIS%20FINANCIERO%20DEL%20CULTIVO%20DE%20ARR OZ%20EN%20ZONA%20RURAL%20DEL%20MUNICIPIO%20DE%20IBAG U%c3%89%20TOLIMA%20%20AL%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dinero . (16 de 8 de 2019). DINERO. Obtenido de ¿La reactivación realmente no tiene reversa como dice Carrasquilla?: <https://www.dinero.com/economia/articulo/cual-fue-la-cifra-de-crecimiento-del-pib-en-colombia/275631>

Elejalde, L. (14 de Agosto de 2018). <https://www.larepublica.co>. Obtenido de [https://www.larepublica.co: https://www.larepublica.co/economia/fedearroz-pide-al-gobierno-revisar-tlc-con-la-can-para-que-se-excluya-al-arroz-2759458](https://www.larepublica.co/economia/fedearroz-pide-al-gobierno-revisar-tlc-con-la-can-para-que-se-excluya-al-arroz-2759458)

Escudero, E. (2020). Estrategia empresarial ante el covid-19. Reportero de Énfasis Logística.

Escudero, E. (2020). Estrategia empresarial ante el covid-19. Enfoque Logística .

Fass. (2004). Build a Bear Workshop. Bear Market .

Fedearroz. (17 de Agosto de 2019). <http://www.fedearroz.com.co>. Obtenido de [http://www.fedearroz.com.co: http://www.fedearroz.com.co/new/historia.php](http://www.fedearroz.com.co/new/historia.php)

Ferrell, & Hartline. (2006). Libro Estrategias de Marketing .

Finagro. (15 de Junio de 2017). <https://www.finagro.com.co>. Obtenido de [https://www.finagro.com.co: https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/arroz_riego.pdf](https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/arroz_riego.pdf)

Garrigues. (05 de 2020). Newsletter News. Obtenido de COVID-19: Medidas laborales adoptadas en Colombia: https://www.garrigues.com/es_ES/noticia/covid-19-medidas-laborales-adoptadas-colombia

GestioPolis. (12 de 4 de 2001). Experto en GestioPolis. Obtenido de ¿Qué es un plan de negocios?: <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/>

Howard, S., & Serwer, A. (2004). Empresas : Starbucks para llevar . Fortune .

INS, M. d. (2020). Resolución 385 del 12 de marzo. Bogotá: Ministerio de Salud y protección social.

Kotler, & Keller. (2006). Libro Dirección de Marketing .



MÁRQUEZ, I. D. (2020). DIRECTIVA PRESIDENCIAL N. 02. Bogotá : Presidencia de la República.

Marsh. (2020). Investigaciones y Voletines. Obtenido de El impacto del coronavirus COVID-19 en los negocios: <https://www.marsh.com/co/insights/research/coronavirus-impacto-negocios.html>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (18 de 03 de 2020). Mincomercio. Obtenido de Resolución 453 del año 2020: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/documentos-noticias/resolucion-453-salud-adoptan-medidas-sanitarias-de.aspx>

Morgado . (2009). Tecsisatcl. Obtenido de ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL : <https://www.eumed.net/rev/tecsistecat/n16/microempresas.pdf>

Muller, J. (15 de 03 de 2020). Pauta . Obtenido de El modelo de China vs el de Reino Unido para enfrentar el coronavirus: <https://www.pauta.cl/la-pauta-de-john-muller/el-modelo-de-china-vs-el-de-reino-unido-para-enfrentar-el-coronavirus>

Organizacion de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura. (27 de Abril de 2018). <http://www.fao.org>. Obtenido de <http://www.fao.org/economic/est/publicaciones/publicaciones-sobre-el-arroz/seguimiento-del-mercado-del-arroz-sma/es/>

Organizacion Mundial de la Salud . (30 de 01 de 2020). OMS . Obtenido de Declaración sobre la segunda reunión del Comité de Emergencias del Reglamento Sanitario Internacional (2005) acerca del brote del nuevo coronavirus (2019-nCoV): [https://www.who.int/es/news-room/detail/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-\(2005\)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/es/news-room/detail/30-01-2020-statement-on-the-second-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-outbreak-of-novel-coronavirus-(2019-ncov))

Rojas, R. A. (05 de Junio de 2007). <http://www.bdigital.unal.edu.co>. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/6824/5/97895882800907.pdf>

Sánchez, M. D. (2014). ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN LAS MICROEMPRESAS DEL. Mexico: Revista electronica ciencias sociales.

Serrano, F. P. (21 de Septiembre de 2019). <https://www.alertatolima.com>. Obtenido de <https://www.alertatolima.com>:



<https://www.alertatolima.com/noticias/tolima/ministro-de-agricultura-asistio-la-asamblea-seccional-de-arroceros-en-el-espinal>

Suin Juriscol. (18 de 03 de 2020). Sistema Unico de Informacion Normativa . Obtenido de Resolucion 453 de 2020 : <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30039296>

Tello, J. L. (28 de Diciembre de 2002). <http://repositorio.unas.edu.pe>. Obtenido de <http://repositorio.unas.edu.pe>:
<http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/476/T.EC-31.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



A graphic design for a chapter cover. The background is split into a blue top section and a light blue bottom section. A large, dark brown, tilted shape is centered, containing the text 'CAPÍTULO 2'. To the left, there are illustrations of a laptop, a pen, a calculator, and a cup of coffee. To the right, a smartphone is partially visible.

CAPÍTULO

2

**APLICACIÓN
DE LA NORMA DE
INFORMACIÓN
FINANCIERA (NIF)
PARA LOS
MICROEMPRESARIOS
DEL SECTOR HOTELERO
Y TURÍSTICO DEL
MUNICIPIO DE
PRADO TOLIMA.**

APLICACIÓN DE LA NORMA DE INFORMACIÓN FINANCIERA (NIF) PARA LOS MICROEMPRESARIOS DEL SECTOR HOTELERO Y TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE PRADO TOLIMA.

Autores:

José Ricardo vega romero

Álvaro Herrán Carvajal

Elizabeth Palma Cardoso

1. RESUMEN

El presente trabajo se desarrolla en el Municipio de Prado Tolima, consiste en la elaboración de una Guía de implementación de la norma de información financiera para los prestadores hoteleros y turísticos que se encuentran enmarcados como pequeños empresarios, de conformidad con los parámetros establecidos por la ley 1314 de 2009, el decreto 2706 de 2012 y lo estipulado y reglamentada por la ley 905 de 2005 en cuanto a caracterización de las empresas que para este caso corresponde al grupo 3.

Por lo que con la presente investigación se pretende establecer una guía normativa y técnica, para que las micro empresas del sector hotelero del municipio de Prado puedan aplicarlas a sus sistemas de registro contable, además de sus políticas contables, manteniendo así una aplicación de ambos aspectos.

La importancia de elaborar la mencionada guía, responde a las necesidades que tienen los Micro empresarios de ser capacitados en el manejo de la información financiera y en la forma de presentar sus estados financieros, y en la determinación de las políticas contables que deben quedar estipuladas desde el inicio de la microempresa.

Se espera que la guía sea una herramienta de apoyo para los microempresarios del sector hotelero y turístico del Municipio de Prado, dentro del marco de las normas contables, financieras y de información en Colombia.



PALABRAS CLAVE: Guía, Información, Financiera, Contabilidad, Estados Financieros, Microempresa, Pymes.

2. ABSTRACT

This work is carried out in the Municipality of Prado Tolima, consisting of the preparation of an Implementation Guide for the financial information standard for hotel and tourist providers who are framed as small businessmen, in accordance with the parameters established by law. 1314 of 2009, Decree 2706 of 2012 and the provisions and regulations of Law 905 of 2005 regarding the characterization of companies, which in this case corresponds to group 3.

Therefore, this research aims to establish a normative and technical guide, so that micro companies in the hotel sector in the municipality of Prado can apply them to their accounting registration systems, in addition to their accounting policies, thus maintaining an application of both aspects.

The importance of preparing the aforementioned guide responds to the needs of Micro entrepreneurs to be trained in the management of financial information and in the way of presenting their financial statements, and in determining the accounting policies that must be stipulated from the start of the micro business.

The guide is expected to be a support tool for microentrepreneurs in the hotel and tourism sector of the Municipality of Prado, within the framework of accounting, financial and information standards in Colombia.

KEYWORD: Guide, Information, Financial, Accounting, Financial Statements, Micro-Enterprise, Smes.

3. INTRODUCCIÓN

La industria hotelera y turística es una alternativa importante en la economía de Colombia y el municipio de Prado como zona turística del país, en los últimos años ha sido una alternativa generadora de ingresos para el país, brindando, además, oportunidades de empleos. En este sentido, existe una gran demanda de servicios por parte de turistas locales y extranjeros, de tal manera que se puede lograr la



diversificación de inversiones, estas pueden ser restaurantes, transporte, gastronomía, telecomunicaciones, entre otros. Además de ser competitivos y brindar una calidad en el servicio, es necesario que cumplan con los aspectos legales y normativos establecidos, por lo que con la presente investigación se pretende establecer una guía normativa y técnica, para que las empresas del sector hotelero puedan aplicarlas a sus sistemas de registro contable, además de sus políticas contables, manteniendo así una aplicación de ambos aspectos.

4. DISCUSIÓN TEÓRICA

Actualmente, el turismo y particularmente la hotelería representa un sector que muestra un comportamiento dinámico en Colombia y el mundo. “Esto se ha evidenciado en el incremento de los gastos derivados del turismo receptivo; sin embargo, esta dinámica de crecimiento no se ha equiparado con la asunción de acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) por parte de los hoteles” ¹(Téllez Bedoya, 2017, p.1).

Además, en los últimos años han venido apareciendo iniciativas regulativas que pretenden guiar el comportamiento de los hoteles y otro tipo de organizaciones en este sentido. Por ende, este artículo busca contribuir a la reflexión en cuanto a la RSE de los hoteles en Colombia, para lo cual se evidencian los resultados de una investigación cualitativa a partir del método de estudio de caso que caracterizó comparativamente de manera sintética las principales iniciativas regulativas y posteriormente desarrolló un análisis crítico a partir del análisis del discurso y la perspectiva de la Escuela de Montreal.

Hoy en día se está viendo un panorama en el cual la adopción de distintas organizaciones a las iniciativas regulativas de RSE se ha incrementado de manera constante. Esta adopción se ha llevado a cabo en búsqueda de una reacción positiva de los clientes acerca de los imaginarios de las respectivas marcas, por el desarrollo de un sentido empresarial ético, el cumplimiento de la legislación o como respuesta a la promoción constante de organismos reguladores de carácter público-privado y organismos internacionales que promueven la RSE a partir de la normalización en ciertos sectores económicos. Derivadas de esto han surgido iniciativas regulativas de RSE que impulsan importantes transformaciones empresariales (Vargas, Zizumbo, Viesca y Serrano, 2011, p 183), como las normas de Naciones Unidas sobre las responsabilidades de las empresas transnacionales y otras empresas comerciales en la

¹ (Téllez Bedoya, 2019, p.1)



esfera de los derechos humanos (1999); el *Código de Conducta sobre Distribución y Uso de Pesticidas* (1984); el Pacto Mundial (1999); las normas ISO 14000 (1997) e ISO 26000 (2010) y la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* (GRI) (2011, 2013) (Ancos y Sánchez-Urán, 2016).

En el caso del sector turístico también se han venido desarrollando esta clase de iniciativas. Particularmente, en el marco internacional, el *Código Ético Mundial para el Turismo* -propuesto por la Organización Mundial de Turismo- fue concebido con la finalidad de hacer de la actividad turística una actividad sostenible, para dar cumplimiento a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Así mismo, se han desarrollado otro tipo de iniciativas que certifican el desarrollo de ciertas prácticas éticas en los hoteles, ello por la relevancia que tienen estas organizaciones en el sector turístico, pues el hotel se consolida como el sitio donde el turista pasa la mayor parte de su visita, se encuentra en el lugar de destino y genera importantes impactos en su entorno (Ayuso, 2003).

Entre estas iniciativas está *The Code (The Code of Conduct for the Protección of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism)*, el cual ha sobresalido como un código de conducta que permite certificar a los hoteles en el desarrollo de una gestión enfocada en la prevención del turismo sexual de niños y adolescentes (Téllez, 2015).

Sin embargo, a pesar de la existencia de este tipo de iniciativas regulativas, el conocimiento que los hoteles tienen acerca de ellas es bastante limitado, y derivado de ello existe un bajo nivel de adopción de tales iniciativas. Particularmente, el Instituto Distrital de Turismo (IDT) (2014) denotó que para el año 2013 en Bogotá se encontraban tan solo 29 hoteles certificados en la NTS-TS 002, y 32 hoteles lo estaban respecto de *The Code*. Y en el caso de *Global Reporting Initiative* (GRI), la estadística es más negativa, dado que para el año 2014 solo 21 hoteles alrededor del mundo emitieron informes de RSE siguiendo esta guía, e infortunadamente algunos de ellos -tales como Ibis, Sofitel, Marriott, NH, Intercontinental, Crown, Mélia y Rezidor, que tienen operaciones en Colombia- no revelaron dicha información (Téllez, 2015).

Por otro lado, la academia tampoco ha efectuado investigaciones que permitan profundizar en el tema de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero, ello se observa en la escasez de estudios científicos (Bohdanowicz, 2006, citado por Peña y Sierra, 2012). Sin embargo, recientemente se ha venido incrementando la



cantidad de estos estudios en el sector turístico. Al respecto, Lynn (2011) plantea lo siguiente:

[...] en 20 años se han escrito 524 artículos, los cuales han sido agrupados en doce categorías: acciones poco éticas (93), ¿qué tan éticos somos? (49), ¿cómo hacer lo correcto? (79), valores de la empresa (17), códigos de ética, lo necesario y cómo desarrollarlos (75), ética para educadores del turismo (5), enseñando ética (38), ética del turismo (60), tendencias, problemas y desafíos (24), responsabilidad corporativa (38) y prácticas verdes (32). (Peña y Sierra, 2012, p. 1.465).

Además, la baja producción intelectual en RSE en el sector ilustra un promedio anual de tan solo 26 artículos publicados alrededor del globo terráqueo, y en el caso de Colombia la estadística es aún más negativa, infortunadamente. Así mismo, gran parte de las investigaciones que se efectúan se circunscriben a la perspectiva teórica instrumental de la RSE, justificando el desarrollo de esta clase de acciones por el incremento en la rentabilidad de la organización, pero dejando de lado otros postulados que permiten reinterpretar la finalidad de la empresa. Como alternativa teórica en el estudio de la RSE surgió la propuesta del radical humanismo, efectuada a partir de la HEC Escuela de Montreal, que cambió los paradigmas en la ciencia administrativa al poner en el centro al ser humano y evidenció la RSE como una disciplina administrativa con capacidad para modificar el rol que poseen las organizaciones en la sociedad y, por ende, para actuar como "ciudadano", es decir, respetando las reglas instituidas por la sociedad; preocuparse hasta el más alto grado por las consecuencias nocivas de sus actos o de los productos que fabrica; cuidar profundamente la cohesión y la solidaridad social; preocuparse por los derechos de todos y no únicamente por los de uno: el accionista. En otras palabras, la RSE consiste en rechazar la ganancia si la sociedad pierde (Chanlat, 2002).

Adicionalmente, (Gómez 2010, p. 26) pone de manifiesto que gran parte de dicha normatividad "se expande de forma geométrica en su implementación como aparente reflejo de la excelencia de talla mundial". No obstante, en el país, y particularmente en el sector hotelero, se mantiene una evolución distante de lo que sucede en el marco internacional, donde *Global Reporting Initiative* es referenciada como la iniciativa de mayor aplicación en los diversos sectores económicos, derivada de la formulación de suplementos sectoriales.

Teniendo en cuenta que la propuesta de la Escuela de Montreal es antagónica a la homogeneización de prácticas de RSE que promueven algunas iniciativas regulativas



existentes hoy en día, su análisis crítico cobra relevancia. Además, si se toma en consideración que en Colombia se evidencia la necesidad de mejorar la gestión en los hoteles, y particularmente de contribuir a la interacción continua de los actores integrantes del tejido social (Vargas, Zizumbo, Viesca y Serrano, 2011), luego de analizar los discursos de los organismos reguladores de la actividad hotelera a nivel nacional y de la RSE a nivel internacional, surge el siguiente cuestionamiento:

Para dar inicio a la exposición de las principales iniciativas regulativas de RSE en el sector hotelero de Colombia, se debe aclarar que gran parte de ellas se basan en un tratamiento indiferenciado y con poca claridad acerca de los conceptos de sostenibilidad y RSE. Ello, sin lugar a duda, ha generado ambigüedad en su aplicación, y en el sector hotelero en particular ha influido en el desarrollo de prácticas que no están claramente orientadas y que en lo habitual son comprendidas por parte de las cadenas internacionales a partir de la óptica instrumental de la RSE. Teniendo en cuenta lo anterior, en este apartado se analiza comparativamente la documentación oficial de cada iniciativa regulativa: el Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT), la *Guía* de reportes de sostenibilidad (GRI) y la Norma técnica sectorial para establecimientos de alojamiento y hospedaje (NTS-TS 002).

En primer lugar, comparativamente el Código y la Guía poseen semejanzas en relación con su interpretación por medio de un contexto global. Así mismo, la Norma se ha convertido en un referente a nivel local en relación con los elementos que el sector hotelero colombiano conoce y coincide con los lineamientos generales que el Código formula. Por otro lado, estas dos últimas iniciativas propugnan el desarrollo de una responsabilidad social especializada para el sector, lo que contrasta con una propuesta que busca la homogeneidad en las distintas actividades económicas por parte de la GRI. Otro aspecto que diferencia a las tres iniciativas es el público al cual van orientadas. El *Código*, a pesar de que pretende llegar a diversos actores sociales, ha delimitado sus acciones a los gobiernos, generando cierto impacto en su adopción y posterior aplicación en ámbitos locales. [Por su parte], la *Norma* se enfoca específicamente en los hoteles colombianos; sin embargo, a la fecha solo ha logrado que una muestra reducida del sector la asimile. (Téllez, 2015, p. 38).

Es de resaltar, que el enfoque social expuesto en la *Norma* interioriza aspectos relacionados con el patrimonio cultural, su respeto y la lucha decisiva contra algunas prácticas ilegales. No obstante, esta iniciativa no comprende aspectos relacionados con la calidad y la equidad del empleo, el respeto por convenciones colectivas y el establecimiento de mecanismos que motiven a los colaboradores desde el punto de vista educativo a mejorar su formación (Téllez, 2015).



Por último, en ambas regulaciones el elemento que más se asemeja es el enfoque ambiental, seguramente debido a la preocupación en cuanto a los impactos negativos del sector hotelero, así como la percepción negativa de los clientes y la comunidad sobre este elemento. (Téllez, 2015, p. 39).

Cabe mencionar, que la nueva versión de la *Norma*, actualizada en 2014, flexibiliza los requisitos ambientales. Por consiguiente, en el corto plazo puede generarse una reducción del impacto positivo que tenía la aplicación de esta norma en el accionar socialmente responsable de los hoteles; sin embargo, los efectos derivados de su aplicación aún se consideran una temática de investigación poco abordada en la actualidad.

Por lo anterior, el presente trabajo tendrá en cuenta los diferentes parámetros establecidos por las normas vigentes y las que reglamenten en materia de prestación de servicios turísticos y hoteleros en Colombia y enmarcados a estos sectores en el municipio de Prado.

4.1. LAS GUÍAS DIDÁCTICAS: RECURSOS NECESARIOS PARA EL APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Los autores García Hernández y De la Cruz Blanco describen las guías didácticas como:

Son un recurso del aprendizaje que optimiza el desarrollo del proceso enseñanza aprendizaje por su pertinencia al permitir la autonomía e independencia cognoscitiva del estudiante. Por tal motivo se realiza el presente estudio con el objetivo de compendiar información acerca de ellas en el contexto de la educación médica superior cubana y hacer énfasis en la importancia de su uso como elemento esencial para el trabajo del profesor y los estudiantes. Se expone la fundamentación teórica de su utilización a expensas de las teorías constructivistas y de la tarea docente como célula básica del proceso enseñanza aprendizaje. (García Hernández, De la Cruz Blanco, 2014, p2).

4.2. LA GUÍA DIDÁCTICA Y SU IMPORTANCIA EN EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE.

Las guías didácticas surgieron, fundamentalmente, para dar cobertura a la educación a distancia. Desde la primera mitad del pasado siglo algunas universidades y escuelas en



el mundo, sobre todo de Norteamérica, desarrollaron estas técnicas con el propósito de formar profesionales y técnicos de forma no presencial. Generalmente estas guías se asocian a la educación a distancia o la modalidad semipresencial, lo cual constituye un error, ya que una educación presencial, que abogue por la autonomía del aprendizaje, requiere también necesariamente que los profesores elaboren guías que les permitan no solo orientar, sino también contribuir a la organización del trabajo del estudiante y el suyo propio.

Se considera como guía didáctica “al instrumento digital o impreso que constituye un recurso para el aprendizaje a través del cual se concreta la acción del profesor y los estudiantes dentro del proceso docente, de forma planificada y organizada, brinda información técnica al estudiante y tiene como premisa la educación como conducción y proceso activo. Se fundamenta en la didáctica como ciencia para generar un desarrollo cognitivo y de los estilos de aprendizaje a partir de sí. Constituye un recurso trascendental porque perfecciona la labor del profesor en la confección y orientación de las tareas docentes como célula básica del proceso enseñanza aprendizaje, cuya realización se controla posteriormente en las propias actividades curriculares”. (García Hernández, De la Cruz Blanco 2014, p.2)

Por lo anterior, el presente trabajo pretende abordar el desarrollo de una guía que le permita a los comerciantes prestadores de servicios hoteleros y turísticos del municipio de Prado que logren alcanzar un aprendizaje en el manejo de las NIF y para ello, se elaborará una guía de aprendizaje que les permitirá tener una herramienta para la aplicación de la norma.

Son diferentes las denominaciones que se le asignan a este documento y que varían en dependencia de los diferentes contextos, “así se le puede nombrar como guía didáctica, guía de estudio o guía docente” (García Aretio, 2009 p 4-8).

Como puede apreciarse, las guías son fundamentales en el desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje, por ende, el trabajo estará sujeto a los principios y fundamentos de este instrumento educativo para llegar a los microempresarios del sector hotelero y turístico, por considerar que la guía será una herramienta imprescindible para el conocimiento y aplicación de la Norma de Información Financiera dentro de sus pequeños y/o medianos negocios.

Otra definición la aporta (Martínez Mediano 1997), al afirmar que: "constituye un instrumento fundamental para la organización del trabajo del alumno y su objetivo es



ofrecer todas las orientaciones necesarias que le permitan integrar los elementos didácticos para el estudio de la asignatura".

Definitivamente, es importante reconocer que las guías didácticas constituyen un recurso que tiene el propósito de orientar metodológicamente al estudiante en su actividad independiente, al mismo tiempo que sirven de apoyo a la dinámica del proceso docente, guiando al alumno en su aprendizaje, favorecen este proceso y promueven la autonomía a través de diferentes recursos didácticos como son: explicaciones, ejemplos, comentarios, esquemas, gráficos, estudio de casos y otras acciones similares a las que el profesor utiliza en sus actividades docentes.

Estos recursos de aprendizaje, corresponden con los objetivos, los métodos y el nivel de comprensión de los educandos y están vinculados con lo que se espera que el estudiante aprenda, se cumple así con un algoritmo que favorece la asimilación de los contenidos.

En opinión de los autores y coincidiendo con la bibliografía referida, las guías didácticas o de estudio son esencialmente significativas para la organización y desarrollo de la actividad del profesor y del estudiante en la docencia y fuera de ella, especialmente en lo concerniente al uso de las tareas incluidas en ellas como metodología de trabajo para los estudiantes.

4.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA ACERCA DE LA CONFECCIÓN Y USO DE LAS GUÍAS DIDÁCTICAS

Los programas docentes deben estar fundamentados en modelos constructivistas, basados en las estrategias de "aprender a aprender" y "aprender construyendo", según las tendencias pedagógicas contemporáneas, las cuales abogan, como ya es conocido, por el paso de una educación basada en la enseñanza cuyo centro es el profesor, hacia una enseñanza basada en el aprendizaje, centrada en el estudiante. (Martínez Mediano 1997.p 2).

Fundamentados en estos conceptos y apreciaciones de la guía, el trabajo estará basado en los elementos que establece García Aretio, sin dejar de mencionar que se realizarán algunos ajustes, pero la mayor parte de la guía se basará en los apartados mencionados por el autor y retomando algunos elementos de otros autores y bajo parámetros del autor principal de este documento, es decir, se realizaran las adaptaciones que se consideren pertinentes con el fin de poder dar claridad sobre todo a los contenidos temáticos del documento final.



Basado en estos principios, la guía retoma algunos de los apartes de García Aretio y se realiza en ella algunas adaptaciones de tipo personal, ello debido a que la guía propuesta por García Aretio es netamente escolar, elaborada para la enseñanza en los centros educativos, mientras la que se propone, va dirigida a un sector específico, el turístico y hotelero.

5. MARCO CONCEPTUAL

5.1 Los sistemas de registro contable aplicables a personas naturales y jurídicas.

En la actualidad, los sistemas contables brindan con mayor facilidad y flexibilidad información financiera más completa y detallada. Esta información financiera es valiosa para la iniciativa privada, el gobierno, los bancos, los administradores y los individuos particulares, porque les permite evaluar actuaciones pasadas y les ayuda a preparar planes para el futuro por medio de los cuales puedan alcanzar sus objetivos y metas financieras.

Objetivos de la Contabilidad: El objetivo de la contabilidad es generar y comunicar información útil para la toma de decisiones oportunas de los diferentes usuarios de la misma.

Concepto de Contabilidad Financiera: La contabilidad financiera es un sistema de información que expresa, en términos cuantitativos y monetarios, las transacciones financieras que realiza una entidad económica, así como ciertos acontecimientos económicos que la afectan, con el fin de proporcionar información útil, confiable y oportuna a usuarios externos a la organización.

Sistema Contable: ²“Un sistema contable contiene toda la información de la empresa tanto los datos propiamente contables como financieros. Gracias a ello, es posible entender la situación económica de una sociedad de manera rápida y eficaz. Mediante este tipo de sistemas se prevé crear unas normas o pautas para controlar todas las operaciones de la empresa, y a su vez clasificar todas aquellas operaciones contables y financieras del día a día. Así pues, como idea principal debéis saber qué se utiliza para llevar las **cuentas de una organización**”.

² <https://www.deustoformacion.com/blog/finanzas/que-es-sistema-contable>



Catálogo de Cuentas: Relación del rubro de las cuentas de activo, pasivo, capital, costos, resultados y de orden, agrupadas de conformidad con su esquema de clasificación estructuralmente adaptada a las necesidades de una empresa determinada, para el registro de las operaciones.

5.2 Las NIIF en Colombia: un nuevo reto para las empresas.

Colombia ha trabajado en varias reformas, buscando mejorar y optimizar los procesos tributarios. Con estos cambios, el país pretende abrirse a nuevos horizontes e ingresar a la OCDE, obteniendo nuevas oportunidades en los mercados internacionales. Con la implementación de las NIIF se genera un cambio para presentar informes financieros, mejorando su revisión y abriendo nuevas oportunidades dentro del mercado internacional. Conoce en qué consisten las Normas Internacionales de Información Financiera, por qué se implementaron en Colombia y cuáles son sus beneficios para las empresas.

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) son un grupo de estándares que buscan la generación de Estados Financieros con información clara, contundente, transparente y de alta calidad. Con esta información, inversionistas, acreedores y usuarios estarán en la capacidad de tomar decisiones financieras sobre el futuro de la empresa.

De conformidad con el artículo 3 de la (Ley 1314 de 2009) en Colombia, “las NIIF permiten identificar, medir, clasificar, analizar e interpretar la información financiera de una entidad. Los datos obtenidos, a través de la puesta en marcha de las normativas permiten una información confiable y comparable para los entes de control.

Las NIIF no son un tipo de reglamento estándar a nivel internacional, se les considera como una guía para la realización de estados financieros, en donde predomina el juicio profesional de gerentes y equipo financiero capacitado.

La implementación de las Normas de Información Financiera en el país abrirá el mercado para el fortalecimiento de la inversión extranjera, alcanzando los requerimientos necesarios para ingresar a la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico) Al simplificar el régimen tributario y unificar los estándares para presentar la información contable, las empresas tendrán la oportunidad de incursionar en nuevos mercados con facilidad”.



Para comenzar con el proceso, el Gobierno colombiano expidió la (Ley 1314 de 2009) que regula “Los principios y normas de contabilidad e información financiera”. Tras esta resolución, y bajo la solicitud del Consejo Técnico de la Contaduría Pública (CTCP), el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo expidió los decretos 2784, 2706 y 3022 de 2012. En estos decretos se adoptan las NIIF oficialmente y su implantación en los grupos 1, 2 y 3.

Con la aplicación de estas normativas será posible tener una mayor precisión en la información recogida por entidades como la DIAN y la Superintendencia de Sociedades, obteniendo mejores parámetros para evitar la evasión fiscal y desfalcos al Estado.

Adicionalmente, las NIIF permitirán la unificación de normativas que facilitarán la comparación de rendimiento empresarial y permitirán que los resultados financieros de la seccional colombiana, puedan ser comparados con las seccionales en otros países.

5.3 Beneficios de las NIIF en su empresa

La implementación de las Normativas de Información Financiera proporciona herramientas para mejorar la organización de las empresas, ingresar al mercado internacional y facilitar la toma de decisiones.

Las empresas pueden generar información de calidad a la hora de presentar sus informes contables, fomentando la confianza y la transparencia en los estados financieros. Adicionalmente, con la implementación de las normativas se simplifican los procesos de entrega de los informes financieros, las tareas y se optimizan los procesos fiscales y tributarios.

Las normativas internacionales, además de permitirle al país estar más cerca de ser miembro de la OCDE, ayudan a no solo a reducir costos para las empresas, sino también a fomentar la modernización de la estructura financiera de las empresas.

Finalmente, la puesta en marcha de las NIIF en el país pone en movimiento un proceso que el país lleva desarrollando desde el año 2012, abriendo un nuevo panorama para los negocios internacionales y fomentando la inversión extranjera. Se espera que para finales de 2017 el país se convierta en miembro de la OCDE, confirmando que Colombia está preparada para el reto. Adicionalmente, la entrada a esta organización le permitirá aprovechar la apertura económica y explotar el potencial de los tratados de libre comercio.



NIIF. NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACION FINANCIERA Las Normas Internacionales de información Financiera (NIIF) son un grupo de estándares que buscan la generación de Estados Financieros con información clara, contundente, transparente y de alta calidad. Con esta información, inversionistas, acreedores y usuarios estarán en la capacidad de tomar decisiones financieras sobre el futuro de la empresa.

De acuerdo con el artículo 3 de la Ley 1314 de 2009 en Colombia, las NIIF permiten identificar, medir, clasificar, analizar e interpretar la información financiera de una entidad. Los datos obtenidos, a través de la puesta en marcha de las normativas permiten una información confiable y comparable para los entes de control. (Universidad del Rosario 2017, Recopilación de la ley 1314 de 2009).

Las NIF (normas de información financiera) comprenden un conjunto de conceptos generales y normas particulares que regulan la elaboración y presentación de la información contenida en los estados financieros y que son aceptadas de manera generalizada en un lugar y a una fecha determinada. La importancia de las NIF (Normas de Información Financiera) radica en que estructuran la teoría contable, estableciendo los límites y condiciones de operación del sistema de información contable. Sirven de marco regulador para la emisión de los estados financieros, haciendo más eficiente el proceso de elaboración y presentación de la información financiera sobre las entidades económicas, evitando o reduciendo con ello, en lo posible, las discrepancias de criterio que pueden resultar en diferencias sustanciales en los datos que muestran los estados financieros.

Las NIF (Normas de Información Financiera) evolucionan continuamente por cambios en el entorno y surgen como respuesta a las necesidades de los usuarios de la información financiera contenida en los estados financieros y a las condiciones existentes. La globalización en el mundo de los negocios y de los mercados de capital está propiciando que la normatividad contable alrededor del mundo se armonice, teniendo como principal objetivo la generación de información financiera comparable, transparente y de alta calidad, sobre el desempeño de las entidades económicas, que sirva a los objetivos de los usuarios generales de dicha información. (Senado de la República, Dto 2706/2012)

GUIA de PRENDIZAJE: Diversas opiniones son las que se establecen entorno al origen etimológico de la palabra guía, sin embargo, una de las más sólidas y aceptadas



es que dicho término proviene en concreto del gótico *vitan* que puede traducirse como “vigilar u observar”.

Una guía es algo que tutela, rige u orienta. A partir de esta definición, el término puede hacer referencia a múltiples significados de acuerdo al contexto. Una guía puede ser el documento que incluye los principios o procedimientos para encauzar una cosa o el listado con informaciones que se refieren a un asunto específico. (Pérez Porto, Merino M, p 1).

TURISMO. La palabra turismo —según la OMT Organización Mundial del Turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros». Si no se realiza pernoctación, se consideran excursionistas. Los turistas y excursionistas forman el total de visitantes”. (Organización Mundial del Turismo 1990).

El turismo puede ser doméstico (turistas dentro de su propio país) o internacional... Este último es hoy una importante fuente de ingresos para muchos países. En el año 2015 hubo 1187 millones de desplazamientos turísticos internacionales, siendo los países más visitados Francia (84 millones), Estados Unidos (77 millones), España (68 millones), China (56 millones) e Italia (46 millones).

A comienzos de la década de 1930, uno de los primeros teóricos de la Escuela Alemana de los estudios en Turismo, Arthur Bormann define el turismo como “el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo”. (Bormann, A, 1930).

Los pioneros teóricos en Turismo, Walter Hunziker y Kurt Krapf, dicen en 1942 que “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa”. (Hunziker, W y Krapf, K, 1942)

El término “turismología” surgió en la década de 1960, fue el pensador yugoslavo Živadin Jovičić (geógrafo en su formación académica) el científico considerado “padre de la turismología”, quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972. Jovičić consideraba “que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión, por considerar que sus aportaciones son



unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología”. (Jovičić, Z, 1960)

6. DISEÑO METODOLÓGICO

Para el desarrollo de la Guía de Implementación de la Norma de información Financiera para los microempresarios prestadores de servicios hoteleros y turísticos del municipio de Prado, se tendrán en cuenta diversos factores en el diseño metodológico, es decir la forma como se estructurará el documento entre otros aspectos relevantes.

En el proceso anterior de este trabajo, se realizó una investigación, donde se pudo evidenciar que se hace necesaria la realización del documento final, presentarlo a la comunidad a la que se va intervenir, es decir a los prestadores de servicios hoteleros y turísticos del municipio de Prado. Se caracterizó a los diferentes hoteles para identificar cuales corresponden a las condiciones de pertenecer al grupo 3 y de conformidad con la ley 1314/09 y el decreto 2706/12

Por lo anterior, se elaborará la guía, se socializará y se entregará como herramienta que permita ser un elemento de ayuda en su quehacer laboral como prestadores del turismo y la hotelería.

6.1. Enfoque de investigación

La investigación que se realiza en este trabajo, es de enfoque mixto con relevancia en el enfoque cualitativo.

“La investigación cualitativa es una aproximación sistémica que permite describir las experiencias de la vida y darles significado. Su objetivo es ver los acontecimientos, acciones, normas, valores, etc. desde la perspectiva de la persona que está siendo estudiada, por tanto, hay que tomar la perspectiva del sujeto. Es útil para entender las experiencias humanas como sentir dolor, sentirse curado, la impotencia o el confort.

En la investigación cualitativa, se hace la distinción entre los significados impuestos por el investigador y los generados por los investigados, teniendo especial importancia las percepciones, motivaciones y demás, de los propios sujetos de análisis, que se convierten en las bases de las conclusiones analíticas.



La investigación cualitativa debería ser considerada y aplicada como una parte integral de los proyectos de intervención en la cual tanto investigador como investigado, participan como parte del proceso, considerando útiles las técnicas y métodos que son empleados por antropólogos, sociólogos y psicólogos en sus trabajos de campo y análisis profesional” (Bautista, 2011).

6.2. Diseño

Se lleva a cabo un diseño Exploratorio descriptivo, porque se realizará una descripción que permitirá conocer las bases de preparación de Estados Financieros que utilizan las pequeñas empresas en la actualidad en el sector turístico y hotelero del municipio de Prado y se elaborará una Guía de aplicación que permita dar respuesta a la problemática encontrada, y basados en lo expuesto por Dankhe que señala “*Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis* (Dankhe, 1986). Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así y valga la redundancia, describir lo que se investiga.

6.3. Población

La población estará formada por todos los entes y/o negocios que se dedican a la industria turística y hotelera en el Municipio de Prado Tolima y que según las disposiciones del decreto 2706 cumplan con los requisitos de ser microempresarios, que para el caso corresponde a 25 instituciones prestadoras de servicios hoteleros y turísticos del municipio de Prado, clasificados por el número de trabajadores (menor de 10), Ingresos menores a 500 smmlv (\$ 438.901.500), Activos inferiores a 6000 salarios mínimos (\$ 5.266.818.000), contemplado en la ley 905 de 2004, de igual manera que sean prestadores formales, es decir inscritos en la Cámara de Comercio y registrados en Cotelco.



6.4. Características de la Población

Represa de Prado: el destino para relajarse en Tolima

Imagen 1. Vista de la Represa del Río Prado



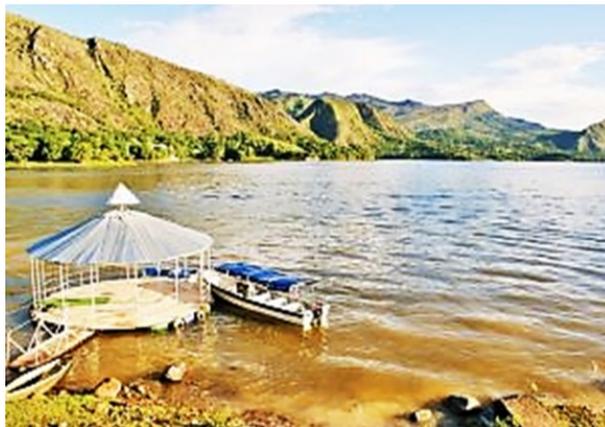
Fuente:

<http://blog.redbus.co/wp-content/uploads/2018/04/represa-de-prado-tolima-ecoturismoencolombia-900x444.jpg>

A 6 horas de Bogotá se encuentra la Represa de Prado, un embalse de 4200 hectáreas y 90 metros de profundidad ubicada en el municipio de Prado en el departamento del Tolima, a 108 kilómetros de Ibagué. En esta ocasión, te mostrare todo lo que debes saber sobre este atractivo ecoturístico.

6.5. Represa de Prado: la creación de un lugar paradisiaco

Imagen 2. Quiosco flotante en río prado.



Fuente: <http://blog.redbus.co/wp-content/uploads/2018/04/represa-de-prado-tolima-ecoturismoencolombia-2-900x444.jpg>

Según (Mojica, 2004), El municipio de Prado fue descubierto por Gonzalo Jiménez de Quesada en 1545, y en 1781 fue fundado bajo el nombre de Aldea de Nuestra Señora de Chiquinquirá del Río Prado. En 1959 se empezó a construir la empresa hidroeléctrica del Río Prado, que funciona desde 1972 y fue bautizada con el nombre de Darío Echandía, en honor al ex presidente de la República. Desde entonces el lugar se ha convertido en un destino muy concurrido por una infinidad de visitantes que acuden para ver este lugar.

La represa está ubicada en la Cordillera Oriental que cuenta con afluencias del Río Negro y el Río Cunday. Además, está localizada a 5 kilómetros del municipio de Prado, a una altura de 340 msnm.

6.5.1. El lugar ideal para los amantes de la pesca deportiva

Imagen 3. Vista de la represa



Fuente: <http://blog.redbus.co/wp-content/uploads/2018/04/represa-de-prado-tolima-ecoturismoencolombia-2-900x444.jpg>

El mar del interior de Colombia, como es conocida la Represa de Prado, llama mucho la atención de las personas que la visitan por la abundancia de peces. Por eso la pesca deportiva es una de las principales actividades de la región. Un número importante de aficionados a la pesca se suele reunir con frecuencia en las orillas de este embalse. No en vano, el plato típico de esta región es la mojarra, que goza de diferentes preparaciones para sorprender gratamente a los turistas.



6.5.2. Los atractivos de la represa de prado

Existen varias opciones para hospedarse en la Represa de Prado. Hay 4 hoteles principales, todos con tarifas diferentes. Cada uno de ellos incluye desayuno, almuerzo y comida, además de una serie de recorridos guiados por los puntos más atractivos de la represa. Entre estos se encuentran: la Cueva del Mohán, los Laberintos de Yacopí, la Cascada del Amor, la Isla del Sol, la Isla de Cuba, la isla de Morgan, y el Muro de Contención. Además, el Terraplén, el Alto de Catarnica, el Boquerón, el Cañón de Los Enamorados, el Criadero de Mojarras, y la Laguna Encantada.

Es posible alquilar cabañas particulares durante el tiempo de la estadía, muchas de ellas distribuidas en los alrededores de la represa. Para los más aventureros, hay varias opciones de camping, lo que reduce los costos y permite una experiencia única de esta travesía.

6.5.3. Actividades para toda la familia

Es posible encontrar actividades para los diferentes miembros de la familia. Quienes busquen una actividad tranquila, pueden hacer cabalgatas por la región, recorridos en embarcaciones, conocer los diferentes cultivos de arroz y la mencionada pesca deportiva. También hay caminatas ecológicas, pero es bueno tener claras las rutas, pues hay algunos senderos muy complejos y trayectos que duran varias horas, lo que no lo hace apto para todo el público.

Para quienes busquen adrenalina, los deportes náuticos son la mejor opción. Entre los más destacados están el sky y sus derivados, siendo la actividad más solicitada pues los 27°C del agua hacen que estas actividades sean más sencillas que en agua fría. También está la posibilidad de alquilar un jet sky o moto acuática, para poder recorrer los diferentes destinos de la Represa de Prado.

Para la diversión grupal, se encuentra la alternativa de la banana o gusano, este gran inflable que permite transportar a varias personas y que tiene como objetivo hacerlos caer al agua.



6.5.4. Casas bote para quienes no quieren irse

Imagen 4. Vista campestre Represa de Prado.



Fuente: <http://blog.redbus.co/wp-content/uploads/2018/04/represa-de-prado-tolima-ecoturismoencolombia-2-900x444.jpg>

Y si te quieres quedar a vivir o tener un lugar fijo en la Represa de Prado, ¡toma nota! Muchos viajeros compran cabañas o casas bote. Estos hogares flotantes se les conocen como *boyas*, y se pueden ver varias de estas embarcaciones alrededor del lago. Muchas personas se llevan las *boyas* amarradas a un tráiler, pero hay otros que las dejan ancladas en los diferentes muelles, para tener la posibilidad de hospedarse en su casa bote cada vez que quieran disfrutar de las maravillas que ofrece esta región.

Sus hoteles brindan una capacidad para 1500 personas en acomodación múltiple, en cabañas y camping, es el lugar perfecto para practicar todo tipo de deportes náuticos, moto náutica, esquí, eslalon, tabla, inflables y otros.

La pesca artesanal se practica de manera libre permitiendo a todos la posibilidad de disfrutar el Mar Interior de Colombia. A nivel de infraestructura el municipio cuenta con varios restaurantes y 25 hoteles, de los cuales 6 están localizados en la zona urbana y 19 en la zona rural.

Desde la perspectiva de la observación, se tienen Planteados los supuestos de partida de la investigación cualitativa, la metodología cualitativa la definiremos como una estrategia de investigación cualitativa. Como señala (Tejedor 1986) "la investigación cualitativa requiere una metodología sensible a las diferencias, a los procesos singulares y anómalos, a los acontecimientos y a los significados latentes".

6.6. Muestra

Aplicando la fórmula de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas, se encontró lo siguiente:

Formula aleatoria simple para poblaciones finitas.³

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 - p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

$$N = 25 \quad Z_{\alpha} = (1,96)^2 \quad p = 5\% = 0,05 \quad q = 1 - 0,05 = 0,95$$
$$d = 5\%$$

$$\text{Entonces, tenemos: } n = \frac{25 * (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}{5^2 * (25 - 1) + (1,96)^2 * 0,05 * 0,95}$$

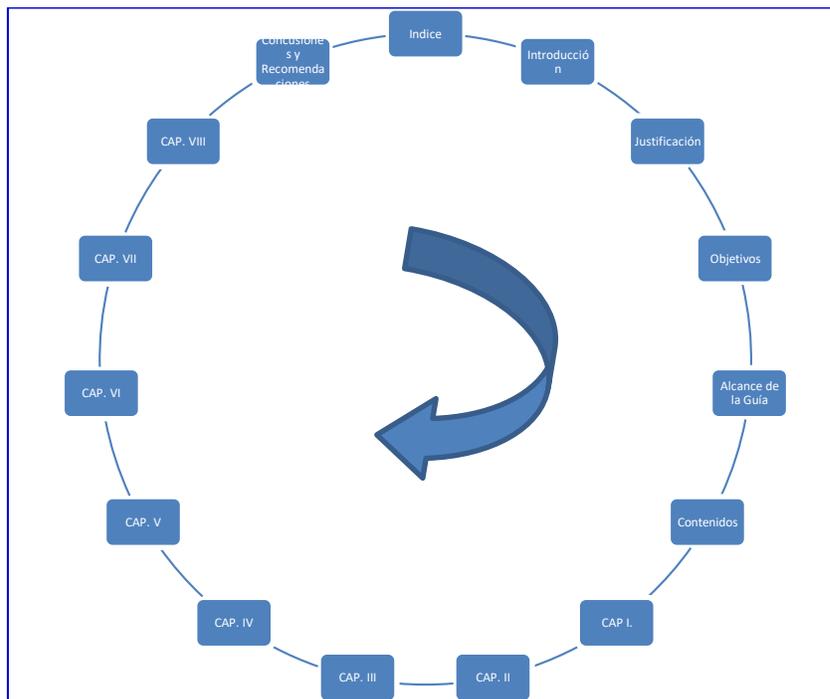
$n = 4,5619 \approx 5$ que corresponde al 20% de la población que estaba formada por 25 instituciones prestadores de servicios hoteleros y turísticos, por lo cual fue de 5 instituciones a los que se les preguntó por números de empleados, activos, ingresos anuales, formas de presentar su información entre otras cosas, con el objeto de poder elaborar el contenido de la guía de información financiera NIF para los microempresarios prestadores de servicios hoteleros y turísticos de Prado Tolima

De acuerdo con lo establecido con García Aretio, y basados en la realidad del contexto en el que se desarrolla el trabajo, se ha decidido hacer algunas modificaciones por cuanto, lo expresado con el autor conduce al diseño y elaboración de una guía didáctica

³ BIOESTADISTICO EIRL © 2010 - 2020

para transmitir conocimiento a estudiantes en los diferentes niveles de la educación Nacional, por ello, se adapta el documento para realizar una guía que se ajuste con las verdaderas necesidades de los micro y pequeños empresarios de la industria turística y hotelera en Prado Tolima, de acuerdo con estas apreciaciones y de conformidad con la norma nacional Decreto 2706 de 2102, la guía tendrá la siguiente estructura:

Figura 3. Estructura de la guía de implementación de información financiera para los prestadores de servicios hoteleros y turísticos del municipio de Prado.



Fuente: Elaboración propia

7. HALLAZGOS

Como su nombre lo refiere, los resultados son el producto final de cualquier proceso, en este caso, el producto de una investigación realizada.

El resultado final de este trabajo es la guía de aplicación de la norma de información financiera (NIF) para las microempresas, prestadoras de servicios hoteleros y turísticos del municipio de Prado Tolima.

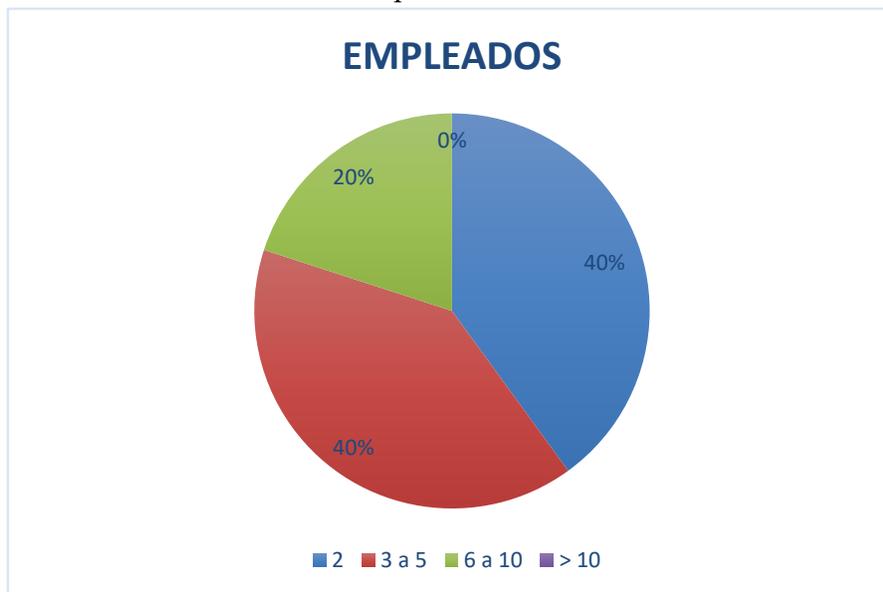
7.1. Registro y análisis de la información (Encuestas)

Encuesta 1. Dirigida a empleados de los hoteles. Categorizar empresas.

1. ¿Con cuántos empleados cuenta la empresa?

Dos empleados de Dos a 5 empleados De 6 a 10 ____ Más de 10

Gráfica 1. Número de empleados.



Fuente: Elaboración propia.

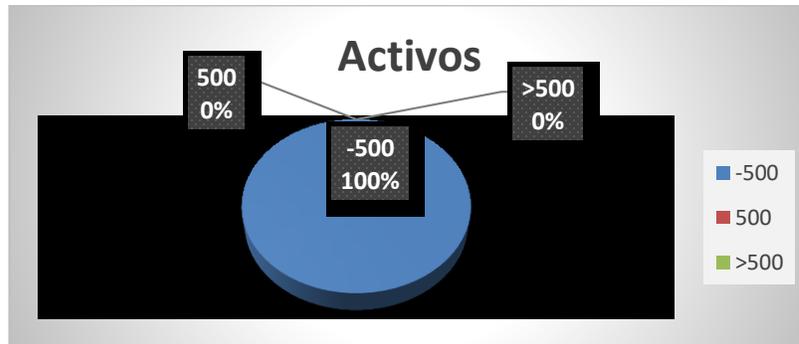
El gráfico indica que el número de empleados de los 5 hoteles encuestados, no supera los 10, por lo que cumplen para estar caracterizadas en el grupo 3 de acuerdo con la ley (Tener menos de 10 empleados). El 40% corresponde a 2 empleados, el 40% restante entre 3 y 5 empleados y el 20% entre 6 y 10 empleados y el 0% para más de 10 empleados.

2. Los activos de la empresa son: en SMLV

Menores a 500 _____ Iguales a 500 _____, Mayores a 500



Grafica 2. Activos

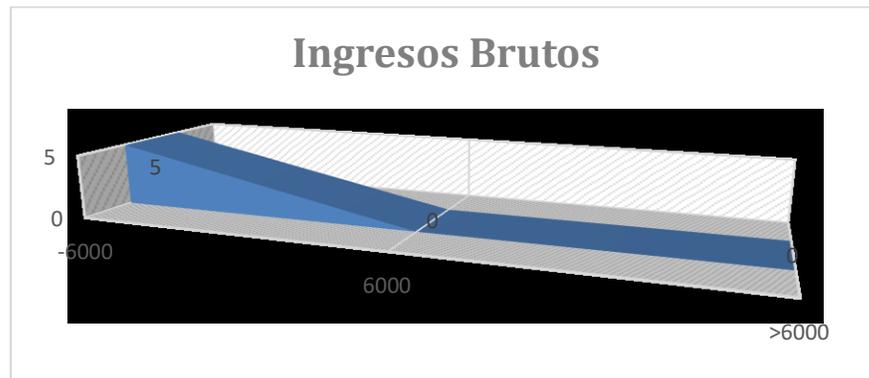


Fuente: Elaboración propia.

El 100% de las empresas encuestadas posee activos inferiores a los 500 salarios mínimos vigentes. Cumplen el segundo criterio para pertenecer al grupo 3. (Activos menores a 500 smlv)

3. ¿A Cuánto ascienden los ingresos brutos anuales de la empresa? En SMLV
Menos de 6000 _____ Igual a 6000 _____, Mayores a 6000 _____

Grafica 3. Ingresos Anuales



Fuente: Elaboración propia.

Puede notarse que la totalidad de los encuestados manifestó que los ingresos brutos de la empresa están por debajo de los 6000 smlv, cumpliendo con el tercer criterio obligatorio para pertenecer al grupo 3 (Ingresos Brutos inferiores a 6000 smlv).



4. Los ingresos de la empresa provienen de Venta de Servicios:

Hoteleros___ Turísticos___ Recreacionales___ Todos___ Ninguno___

Gráfica 4. Destino de los ingresos.



Fuente: Elaboración propia.

Los ingresos de las empresas provienen de la prestación de varios servicios teniendo mayor prelación la variedad de servicios, esto indica que las empresas no solo se dedican a prestar productos de hotelería, sino que además tienen un espectro mucho más amplio.

5. ¿A qué tipo de personas están dirigidas las acciones de la empresa?

Estrato 1___ Estrato 2 y 3___ A todos los estratos___

Gráfica 5. Estratos atendidos.



Fuente: Elaboración propia.

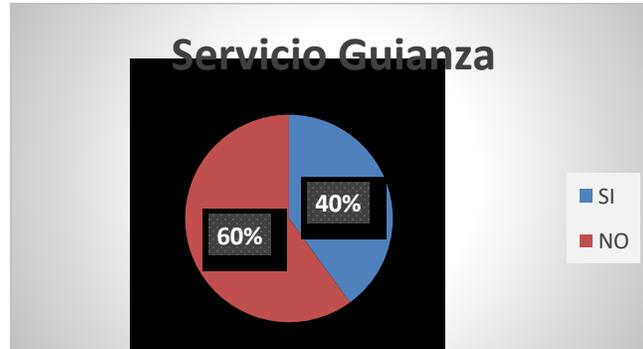
Las empresas atienden a personas de los estratos que correspondan, sin hacer distinción alguna pues según dicen todas las personas son importantes y cada una recibe tratamientos similares.

6. ¿Ofrece la empresa servicios de guianza y zona de camping?



SI _____ NO _____ POR QUÉ _____

Gráfica 6. Servicios Ofrecidos



Fuente: Elaboración propia.

Tres de los encuestados, que son el 60%, respondieron que no ofrecen servicios de guianza pero que están disponiendo de algunos recursos e iniciaran prontamente este servicio pues lo consideran útil y muy necesario. Quienes ya lo poseen, un 40% lo consideran muy bueno y lo recomiendan.

7. ¿Los empleados de la empresa están debidamente capacitados en los servicios que prestan?

- a. Muy capacitados _____,
- b. Medianamente capacitados _____,
- c. Poco capacitados _____
- d. No están capacitados _____

Gráfica 7. Capacitación de los empleados.



Fuente: Elaboración propia.

Puede identificarse que el 40% del personal está medianamente capacitado, otro 40% posee poca capacitación y el 20% restante no tiene capacitación para la atención de turistas.



8. ¿Requiere la empresa un programa de capacitación?
SI _____ NO _____ EXPLIQUE _____

Gráfica 8. Requerimiento Capacitación



Fuente: Elaboración propia.

El 100% de los encuestados considera que es necesaria la capacitación, según dicen, las cosas cambian a diaria y es necesario saber qué tratamiento debe recibir cada persona que accede a los servicios, ello para poder satisfacer sus necesidades.

Encuesta 2. Dirigida a administradores. Información general y financiera.

PREGUNTA 1. ¿Cuál es la forma legal de constitución de la empresa?
Persona Natural _____ Persona Jurídica _____ NINGUNA _____

Gráfica 9. Tipo de persona.



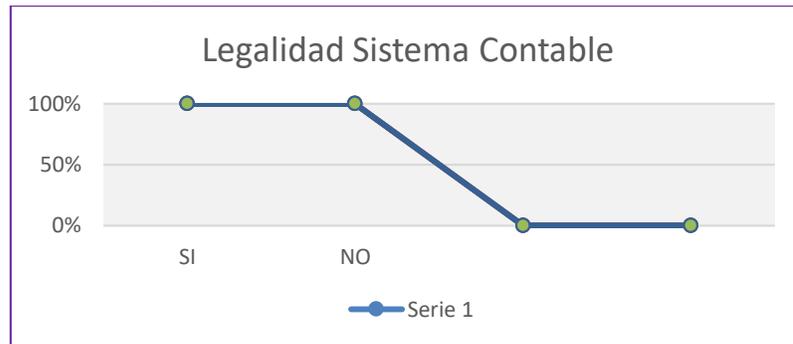
Fuente: Elaboración propia.

El 80% de los encuestados manifestó que su organización corresponde con una persona natural y 20% es una persona jurídica, por lo cual, la mayoría son personas naturales.



2. ¿Está debidamente legalizado el sistema contable que posee la empresa?
 SI _____ NO _____ Explique _____

Gráfica 10. Legalidad de los sistemas contables

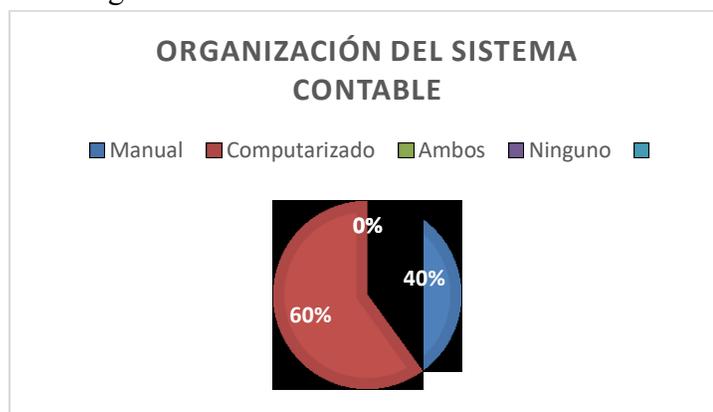


Fuente: Elaboración propia.

Como puede avizorarse, solo el 40% de las organizaciones posee un sistema contable debidamente legalizado, es decir su sistema es incipiente o no existe, eso queda demostrado en que el 60% de sistemas contables no están legalizados formalmente.

3. ¿Cómo está organizado su sistema contable?
 Manual _____ Computarizado _____ Ambos _____ Ninguno _____

Gráfica 11. Organización del sistema contable



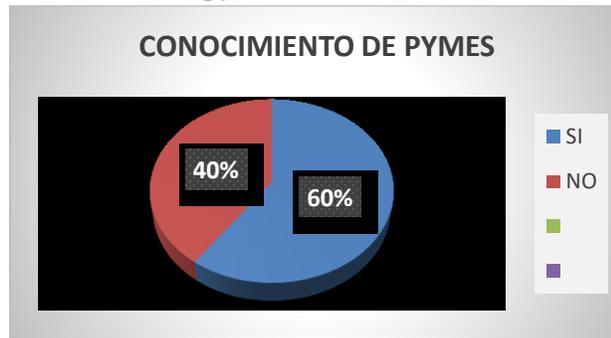
Fuente: Elaboración propia.

El 60% de las empresas tienen una organización de su sistema contable computarizado, los demás ítems corresponden, al 40% que representa una organización manual del sistema contable, lo que significa que aún se hace necesario computarizar el 40% restante de las organizaciones.

4. ¿Tiene conocimientos acerca de la Norma Internacional de Información Financiera para PYMES?

SI _____ NO _____ Explique _____

Gráfica 12. Conocimiento de pymes



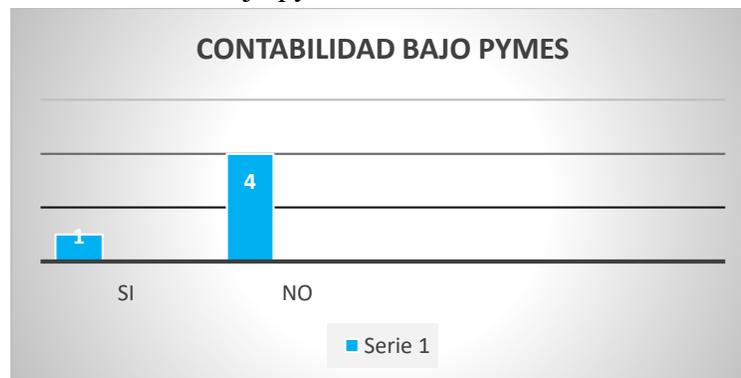
Fuente: Elaboración propia

El 60% de la muestra tiene conocimiento de las pymes, y el 40% desconoce lo concerniente con la materia, por lo cual se hace necesaria una capacitación con respecto a esta temática.

5. ¿Su contabilidad está en base a la Norma Internacional de Información Financiera para PYMES?

SI _____ NO _____ Explique _____

Gráfica 13. Contabilidad bajo pymes



Fuente: Elaboración propia.

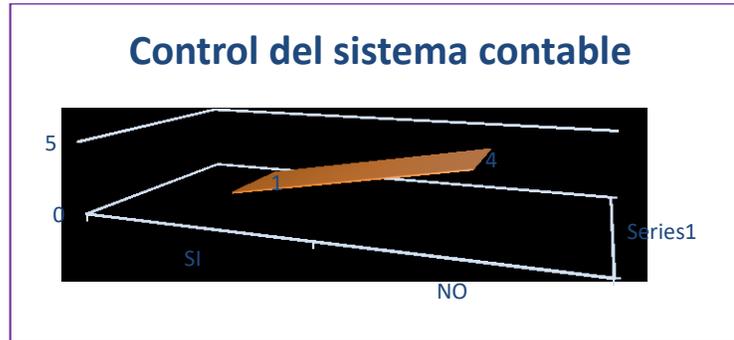
La gráfica muestra que el 80% de los encuestados llevan la contabilidad bajo el decreto 2649 y en el peor de los casos ni siquiera la registran; solo el 20% lleva contabilidad bajo pymes, es decir, es necesaria capacitación para cambiar la forma de llevar la contabilidad.



6. ¿Considera que el sistema contable que posee actualmente le proporciona un buen control de los registros de la información contable?

SI _____ NO _____ Opine _____

Gráfica 14. Control del sistema contable.



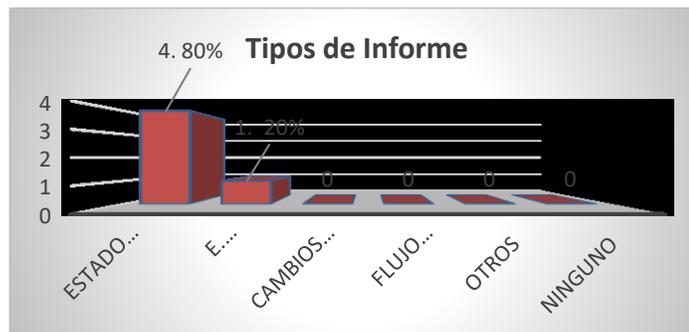
Fuente: Elaboración propia.

La grafica permite evidenciar que en un 80% el sistema contable utilizado, no proporciona un adecuado control de la información contable, solo el 20% de los encuestados cree que su sistema le genera un adecuado control.

7. ¿Qué tipo de informes financieros elabora la empresa?

- a. Estado de Situación financiera _____ b. Estado de Resultados _____
 c. Cambios en el Patrimonio Neto _____ d. Flujo de Efectivo _____ e. Otros _____
 f. Ninguno _____

Gráfica 15. Informes Financieros



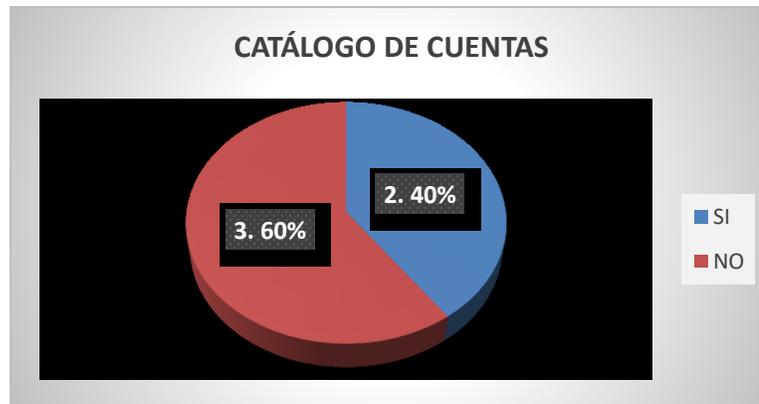
Fuente: Elaboración propia.

El 80%, según lo expresa la gráfica, presentan un balance general hoy conocido como estado de la situación financiera, el 20% restante expresa realizar estado de Resultados, puede suponerse que existe desconocimiento sobre cómo llevar los estados financieros.

8. ¿Poseen Catálogo de Cuentas?

SI _____ NO _____ EXPLIQUE _____

Gráfica 16. Catálogo de Cuentas



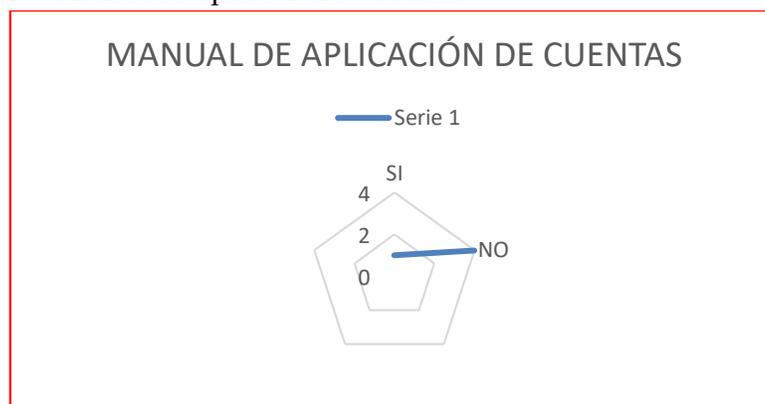
Fuente: Elaboración propia.

En su gran mayoría, las empresas no poseen un catálogo de cuentas, esto corresponde al 60%; solo el 40%. Posee un catálogo de cuentas, sin embargo, manifiestan que requieren mayor capacitación para lograr mejores resultados.

9. ¿Poseen Manual de Aplicación de Cuentas?

SI _____ NO _____

Gráfica 17. Manual de aplicación de cuentas



Fuente: Elaboración propia.

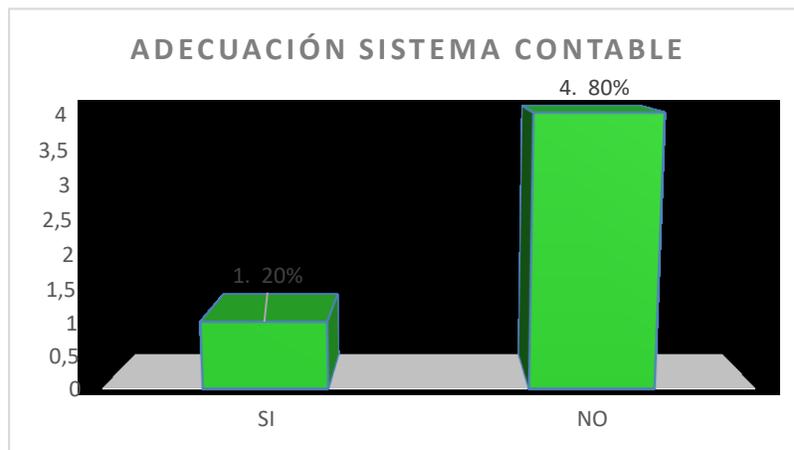


Solo el 20% de los encuestados manifestó tener un manual de aplicación de cuentas, el 80% restante, no tiene manual y desconoce cómo llevar el manual y además expresan que carecen del mismo.

10. ¿Además del servicio de hotel, posee algún servicio secundario?
¿SI_____ NO_____ CUAL? _____

12. ¿Considera que su sistema contable esta adecuado a las operaciones económicas que la empresa desarrolla?
SI_____ NO_____ EXPLIQUE _____

Gráfica 20. Adecuación sistema contable.



Fuente: Elaboración propia.

El 80% de la muestra considera que su sistema contable, no es el adecuado para registrar sus operaciones económicas, solo el 20% encuentra adecuado su sistema contable, por lo anterior se considera necesario una intervención inmediata.

8. REFLEXIÓN DE LOS AUTORES

La industria hotelera y turística es una alternativa importante en la economía de Colombia y el municipio de Prado como zona turística del país, en los últimos años ha sido una alternativa generadora de ingresos brindando, además, oportunidades de empleos.



En este sentido, existe una gran demanda de servicios por parte de turistas locales y extranjeros, de tal manera que se puede lograr la diversificación de inversiones, estas pueden ser restaurantes, transporte terrestre o fluvial, gastronomía, telecomunicaciones, ecoturismo, deporte extremo, entre otros. Además de ser competitivos y brindar una calidad en el servicio, es necesario que cumplan con los aspectos legales y normativos establecidos

De otra parte, es importante aclarar que las empresas hoteleras deben ajustarse a las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF y en el caso de Colombia y de acuerdo a las condiciones explícitas para el grupo 3, la aplicación de la Norma de Información Financiera NIF, regida por la ley 1314 de 2009 y su Decreto reglamentario 2706/2012, por lo anterior y para que se pueda presentar una adecuada información financiera y contable de la empresa y cumplir con todos los requerimientos de los organismos de Control

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ancos, H. y Sánchez-Urán, Y. (2016). Marco normativo de responsabilidad social empresarial. En Y. Sánchez-Urán (Dir.) y M. A. Grau (Coord.), Responsabilidad social de las organizaciones (pp. 27-86). Madrid: Alfaomega

Ayuso, S. (2003). Gestión sostenible en la industria turística. Retórica y práctica en el sector hotelero español (Tesis inédita de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España

Bautista, P. (2011). Proceso de la Investigación Cualitativa. Epistemología, Metodología y Aplicaciones. Bogotá, Colombia: Manual Moderno, 232 pp.

Chanlat, J-F. (2002). Ciencias sociales y administración. Medellín: Universidad EAFIT.

Dankhe, G. (1986) citado por Hernández, R; Fernández, Baptista, P. 1998, Metodología de la investigación, segunda edición. México, D.F. Mc Graw Hill.

García Hernández, De la Cruz Blanco, 2014, Las guías didácticas: recursos necesarios para el aprendizaje autónomo, Escuela Nacional de Salud Pública. La Habana. Cuba.



García Aretio, L. La guía didáctica. Editorial del BENED [Internet]. 2009 [citado 24 Mar 2013]: [aprox. 8 p.]. Disponible en: <http://www.uned.es/catedraunescoead/editorial/p7-2-2009.pdf>

Global Reporting Initiative (gri). (2011). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad. Versión 3.1. Países Bajos: gri.

Global Reporting Initiative (gri). (2013). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad

Gómez, M. (2010). La gestión y la información sobre la responsabilidad social empresarial de las pymes: la necesidad de diferenciación. Contaduría Universidad de Antioquia, 56, 15-40. Recuperado de goo.gl/ezxw4t

Hunziker, Walter y Krapf Kurt, (1942), Concepto turismo, <https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>.

Lynn, C. (2011). Review of Hospitality Ethics Research. Isbell Hospitality Ethics. School of Hotel and Restaurant Management, Northern Arizona University.

LEY 905 DE 2004(agosto 2) por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Martínez Mediano, C (1997), Unidades Didácticas y guías didácticas en la UNED. Orientaciones para su elaboración, p2.

Peña, D. y Serra, A. (2012). Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento de la ciudad de Santa Marta, Colombia. Estudios y Perspectivas en Turismo, 21(6), 1456-1480. Recuperado de goo.gl/S4CzBb.

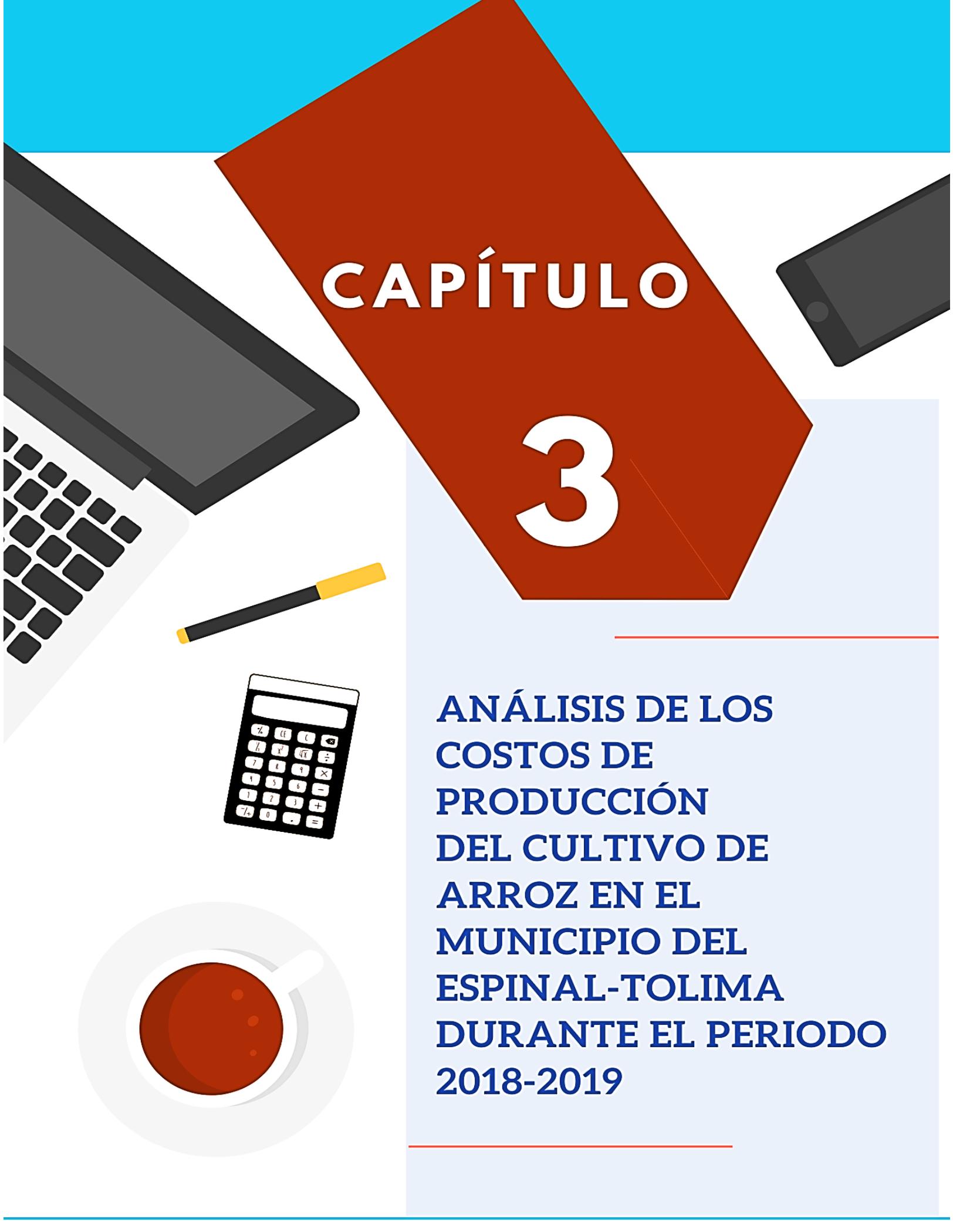
Serrano González-Tejero J, Pons Parra RM. El Constructivismo hoy: enfoques constructivistas en educación. REDIE [Internet]. 2011 [citado 13 Mar 2013];13(1): [aprox. 27 p.]. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412011000100001&lng=es&tlng=es



Téllez, C. (2015). Aproximación a la responsabilidad social empresarial hotelera en Colombia: reflexiones a partir de la perspectiva cualitativa (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Recuperada de goo.gl/AopbT

Vargas, E., Zizumbo, L., Viesca, F. y Serrano, R. (2011). Gestión ambiental en el sector turístico mexicano. Efectos de la regulación en el desempeño hotelero. Cuadernos de Administración, 24(42), 183-204. Recuperado de goo.gl/P9Xyf.



The background features several stylized illustrations: a laptop on the left, a smartphone on the top right, a pen with a yellow tip in the center, a calculator below it, and a cup of coffee at the bottom left. A large red trapezoidal shape is positioned in the upper center, containing the chapter title.

CAPÍTULO

3

**ANÁLISIS DE LOS
COSTOS DE
PRODUCCIÓN
DEL CULTIVO DE
ARROZ EN EL
MUNICIPIO DEL
ESPINAL-TOLIMA
DURANTE EL PERIODO
2018-2019**

ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL CULTIVO DE ARROZ EN EL MUNICIPIO DEL ESPINAL-TOLIMA DURANTE EL PERIODO 2018-2019

Autores:

Angie Vanessa Sandoval Palma

Elizabeth Palma Cardoso

Robert Alexander Guzmán

Claudia Cintya Peña Estrada

1. RESUMEN

En esta investigación se determinó los costos de producción del cultivo del arroz en el municipio del Espinal, Tolima durante el periodo de 2018 y 2019. El cultivo de arroz es uno de los motores de la actividad económica de la región, el objetivo es apoyar a los pequeños agricultores, incentivándolos a reducir sus costos, implementando un sistema ordenado para lograr la rentabilidad y eficiencia a través del análisis de costos. La metodología es cuantitativa y cualitativa de tipo descriptivo y exploratorio, para recoger, registrar y reportar los datos relacionados con los costos de seis hectáreas de cultivo, y con base en dicha información decidir de manera óptima los pasos a seguir en cuanto a la siembra y producción arrocera del municipio del Espinal.

Palabras clave: producción, costos, rentabilidad, cultivo de arroz

2. ABSTRACT

This research determined the production costs of rice cultivation in the municipality of Espinal, Tolima during the period of 2018 and 2019. Rice cultivation is one of the engines of economic activity in the region, the objective is to support small farmers, encouraging them to reduce their costs, implementing an orderly system to achieve profitability and efficiency through cost analysis. The methodology is quantitative and qualitative, descriptive and exploratory, to collect, record and report data related to the costs of six hectares of cultivation, and based on this information, to decide in an



optimal way the steps to follow in terms of planting and rice production in the municipality of Espinal.

Key words: production, costs, profitability, rice cultivation.

3. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo está enfocado en los cultivos de arroz, la cual es una de las actividades principales que realizan los agricultores para su sustento y rentabilidad del mismo, dicho cereal tiene un proceso que conlleva cuatro meses hasta su recolección, es por ello que se realiza la investigación con el fin de conocer los costos de producción de los cultivos de arroz de seis hectáreas del Espinal -Tolima que se llevan a cabo, y de esta manera realizar la clasificación de cada uno de los elementos del costo como lo es la materia prima que utilizan, mano de obra y los costos indirectos de fabricación que se utilizan o efectúan.

En la siembra y recolección del cereal; para ello es necesario analizar cada uno de los insumos y la maquinaria necesaria que se requiere para tener una buena germinación del arroz y de esa manera generar ingresos y ser productivos en el mercado. Este proyecto de enfoque investigativo se realizó con el interés de apoyar a los pequeños agricultores del municipio mediante la estructuración de un modelo de costos que les permita tomar decisiones confiables y oportunas que contribuyen en la economía no solo del municipio sino en toda Colombia.

El trabajo se realizó a través de recolección de información por intermedio de entrevistas y encuestas realizadas a los agricultores del municipio del Espinal, Tolima enfílándonos específicamente en los agricultores de seis hectáreas, es por ello que la metodología a emplear es de tipo descriptivo y exploratorio de modalidad mixta en sí.

4. TEORIAS Y DISCUSIÓN

4.1 Contexto financiero sobre la producción anual del arroz en Colombia

Según (Alcazar, 2019) argumenta que: *“para el 2020, las áreas sembradas de arroz en el país no serán superiores a las reportadas en el 2019, 532.000 hectáreas”*. Será una producción ordenada como se ha concertado con el Gobierno de la república y con ello



se mantendrá una adecuada atención de la demanda, no habrá sobreproducción y se tendrán precios equilibrados. Así se resume las expectativas del gremio arrocero nacional, aglutinado en Fedearroz, según su presidente Ejecutivo, Rafael Hernández. El dirigente reveló que este fue un año relativamente bueno para el sector arrocero a nivel nacional, porque en primer lugar hubo un precio razonable en frente para los productores.

Basados en que el Ministerio de Agricultura sacó la resolución de incentivo del almacenamiento, donde la gran mayoría de la industria se acogió y eso significaba que para acceder al incentivo tenían que pagar un precio mínimo. Eso se hizo para los Llanos Orientales donde se genera el excedente temporal de la cosecha entre los meses de agosto y septiembre. Eso generó que hubiese una estabilidad en el precio y un precio sensatamente bueno. Hubo buenos provechos porque el clima se comportó bien para la producción de arroz y lógicamente eso influyó en unos muy buenos rendimientos. En sí fue un año positivo para el sector arrocero.

Recordó que el precio mínimo que se puso para los Llanos Orientales fue de \$125.000 la carga 125 kilos y se pagó incluso por encima de eso a \$128.000, \$130.000. Hubo una cosecha demandada. En cuanto a los rendimientos, Hernández dijo que estuvieron buenos.

El presidente de la organización o institución de Fedearroz precisó que en este 2019 el área cosechada, fue de 532.000 hectáreas y la cosecha de arroz paddy verde fue más o menos de 2.952.000 toneladas, similar a la de 2018, ligeramente inferior. En área disminuyó en 30 mil hectáreas, los rendimientos fueron superiores y se compensó porque fue el mismo tonelaje de arroz. Aunque al comienzo e inicio del periodo hubo preocupación por el cierre de la Vía hacia el Llano, al final, no afectó mucho.

Dado que, en los Llanos, se ha construido mucha infraestructura para secamiento y almacenamiento. Se han construido molinos nuevos y había suficiente capacidad de almacenamiento y se almacenaron alrededor de 600.000 toneladas que se sacaron cuando se abrió la vía. No creo que hubo problemas de precios o de abastecimientos por esta situación, dijo el presidente Ejecutivo de Fedearroz. El 75% del arroz de este año se produjo en los departamentos de Tolima, Huila, Meta y Casanare. De la Costa Caribe, Hernández indicó que tradicionalmente es una zona de falta en producción de arroz. Produce menos de lo que se consume. Se abastece de los departamentos del Tolima, Huila y los Llanos (Alcazar, 2019).



Y también de los contingentes que se traen de Estados Unidos. Además, no hay distritos de riego suficientes y los afecta mucho el verano. Allí, como en otras zonas, se requiere la construcción de distritos de riego por el sistema de app u obras por impuestos, para poder dotarla de riego. Del cultivo de este cereal dependen de manera directa unos 17.000 arroceros con vocación comercial, más 4.000 familias que producen el grano a modo de pitanza. En toda la cadena de este grano tercián unas 500.000 familias. Creo que será un año bueno. Lo primordial es que el Ministerio ha estado causando una especie de ordenamiento de la producción, que se haga un influjo, que las áreas a esparcir no sean superiores a las de este año o periodo.

Se espera un comportamiento similar al año 2019, siempre y cuando el agricultor, especialmente en los Llanos Orientales y en La Mojana, no desborde las áreas sembradas, que a veces crecen demasiado y forjan una sobre oferta y está a su vez una caída de los precios. Fedearroz resaltó algunos de los retos del sector: créditos, adecuación de tierras. El estado de Colombia tiene 22.000.000 de hectáreas para el sector de agricultura.

Y solo usa 7.000.000 millones. Se requieren vías terciarias y secundarias, distritos de riego para que el país sea sostenible en materia de agricultura y otros temas en ciencia y tecnología, aunque el gremio hace inversión en genética e investigación. Sin embargo, esto demuestra en cierta forma como se ha dicho con anterioridad que el estado y los agricultores poseen grandes expectativas sobre la producción del arroz en distintos panoramas o contextos u otros.

4.2 Características del sector arrocero en Colombia

Según (Montenegro, 2017) sustenta que: en Colombia se aprecia que el área sembrada en arroz mecanizado para el año 2016 se distribuye así; 49% para riego y el 51% para secano mecanizado. Y el sistema mecanizado se puede clasificar en arroz riego y arroz secano. El primero es aquel en el que el agua que requiere el cultivo es provista por el hombre en cualquier momento, haciéndose por bombeo, gravedad, inundación o fangueo. Para el arroz secano el agua proviene únicamente de las lluvias, y normalmente dispone de canales de drenaje. La estabilidad del sistema productivo colombiano depende del arroz por sistema de riego, y que en el país se dispone de un suministro.

Constante de agua durante todos los meses del año. El sistema de secano mecanizado es el responsable de los ciclos de producción y de áreas cultivadas. La producción de



arroz en Colombia ha presentado una tendencia ascendente entre 1990 hacia el 2000. En el 2004, se obtuvo una producción nacional de arroz paddy seco de 2.700'000.000 de toneladas que reportan aproximadamente 1.850.218 toneladas de arroz blanco. La producción de arroz paddy en Colombia entre 1994 y 2004, pasó de 1.657.213 toneladas a 2.720.908 toneladas en el último año, este acrecentamiento se debe en buena medida al mejoramiento ante las ventajas conseguidas.

4.2.3 Diseño de medidas para el sector arrocero de Colombia

La (Revista el nuevo siglo, 2019) informa que: “*el ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Andrés Valencia, reafirmó que el gobierno del presidente Iván Duque, siempre ha estado acompañando al sector arrocero*”, con el que se ha reunido en numerosas oportunidades para plantear soluciones integrales frente a las dificultades u aprietos y dar a conocer la nueva política de ordenamiento y comercialización de la producción. En esa vía, anunció un paquete de ayudas, que contempla apoyos en materia de alivio de deudas, crédito, financiamiento, normalización de cartera a través del banco Agrario, infraestructura, incentivos. Al almacenamiento y si es necesario a la comercialización, si las circunstancias del mercado.

Y de producción así lo ameritan, explicó que este plan de ordenamiento es producto del consenso con los productores para controlar las siembras y evitar los errores o faltas del pasado pues la política pública debe enviar las señales correctas al mercado y así evitar las pérdidas que son las que han afectado la rentabilidad de los arroceros. Las nuevas señales contemplan incentivos, líneas de crédito y apoyos para que puedan desarrollar sus actividades y de esta manera mitigar las situaciones de caídas de precios que se presentan, dijo el ministro valencia. El plan de ordenamiento hacia los agro - arroceros le apuesta a sembrar hasta 478.000 hectáreas el 2019 en todo el país, y este periodo o año.

Se han realizado tres socializaciones en espinal, Tolima, Villavicencio, Meta, Yopal, Casanare. También se harán en Valledupar, cesar y montería, córdoba. De esta forma o modo, en primer lugar, destinó cuatro mil quinientos millones para la construcción de un molino de pre-limpieza, secado y almacenamiento de arroz en espinal, Tolima. Con ello el min agricultura contribuye a que los productores accedan a su propia infraestructura y a romper.

La intermediación, ejercida por otros actores del mercado seguiremos apoyando la construcción de logística para la comercialización de los productores del campo, no



solamente participaremos. Activamente seguiremos apoyando la construcción de logística para la comercialización de los productores en frente al campo, no solamente participaremos activamente en los molinos de arroz sino en otro tipo de infraestructura como centrales de beneficio de café o de enfriamiento para el caso de productos lácteos.

Esto permitirá una integración vertical en la cadena de producción, permitiendo al agricultor, comercializar su cosecha de paddy seco producto no percedero o arroz blanco, rompiendo la dependencia integral del canal tradicional. El convenio fue firmado con Fedearroz y la inversión total es de cerca de \$8.000'000.000. De otro lado, el alto funcionario anunció el incentivo al almacenamiento de arroz, el cual busca retirar del mercado los excesos del cereal generados en el pico de cosecha, a partir del mes de julio, con lo que se reducirá el riesgo de caídas en el precio.

Además, en caso de ser requerido y para el segundo semestre del año, el ministerio dispondrá de recursos para un apoyo a la comercialización, si los contextos de mercado y de producción así lo ameritan. otro aspecto importante que destacó el ministro Valencia Ponzón es que gracias al trabajo articulado y vinculante del centro integrado ICA, INVIMA y POLFA/DIAN, ciiip, con el liderazgo del ministerio de agricultura y mejora rural, se han dado esenciales golpes al matute de arroz, que tanto daño hacen a los productores (Revista el nuevo siglo, 2019).

Desde el 7 de agosto de 2018 a la fecha, se logró la aprehensión de 127 toneladas de arroz proveniente del sur del país, las cuales tienen un valor de \$179.000.000. Igualmente, se crearon líneas de crédito subsidiadas, y el beneficio a la prima de seguro, que este año tiene recursos por \$80.000'000.000. Con esta serie de medidas el gobierno nacional está haciendo un enorme esfuerzo para fortalecer y consolidar la producción arrocera, dijo el ministro valencia. El jefe de la cartera agropecuaria recordó que para acceder a los incentivos es prerrequisito que quienes quieran participar en el plan de ordenamiento e ingresar ante los beneficios e incentivos (Revista el nuevo siglo, 2019).

4.3 Acciones de financiamiento para el sector arrocero

En materia de financiamiento se ha dispuesto de un conjunto de medidas a fin de atender el alto nivel de endeudamiento y promover la reactivación económica y financiera del sector arrocero de la República Colombiana. Y que las medidas son las siguientes:

Según (Serrano, 2019) sustenta que: en el fondo de solidaridad agropecuario – fonsa: dado que el sector cuenta con deudas mixtas con bancos y agro comercios, a través del



fonsa se aprobó la compra de cartera para pasivos financieros y no financieros, que cubrirá un capital de \$17.809'000.000 para el sector arrocero, beneficiando cerca de 1.700 obligaciones financieras y no financieras. Así mismo, la junta directiva del fonsa aprobó, en definitiva, un cupo adicional por \$5.000'000.000 para dar continuidad a las compras de cartera. Línea para la compra de pasivos financieros: para aquellos deudores que no pudieron acceder o ingresar al fonsa, la comisión nacional de crédito agropecuario.

En si aprobó la línea para compra de deuda agro comercial, la cual cuenta con una cobertura del 100% de su obligación. Política de normalización del banco agrario de Colombia: desde agosto de 2018 a febrero de 2019 se han logrado 191 normalizaciones de cartera del sector arrocero por valor de \$5.679'000.000. Entre las alternativas de normalización con las que cuenta el banco está la unificación de créditos y modificación del plan de pagos, modificación de la fecha de pago de la cuota, refinanciación del saldo vencido, unificación y pago total.

Y consolidación de pasivos, principalmente. Para acceder, el productor deberá acercarse a la sucursal del banco más cercana a fin de revisar la posibilidad que mejor se ajusta a su flujo de caja. Línea especial de crédito para la reactivación agropecuaria destinada a la financiación de anticipos de las operaciones forward: como medida para promover la reactivación productiva y proveer recursos de capital de trabajo a los productores, que actualmente se encuentran excluidos del sistema financiero, se presentará ante la comisión nacional de crédito agropecuario una línea con subsidio a la tasa de interés esta se orientará (Serrano, 2019).

Hacia los anticipos otorgados a los productores agropecuarios que firmen contratos forward de venta a sus integradores. Y los créditos de integración: dirigidos a aquellos en los que el titular responsable de pago del crédito será una persona jurídica legítimamente compuesta denominada integrador, que se encomendará en asegurar la comercialización en frente a la producción anhelada, y así el integrador deberá seleccionar y vincular (Serrano, 2019).

5. SISTEMAS DE SIEMBRA EN EL ARROZ

5.1 Sistema de siembra directa en el cultivo del arroz

Según (Secretaría de agricultura y ganadería hondureña, 2003) sustenta que “la siembra con chuzo o barreta: Es un método utilizado en terrenos donde la mecanización o la



utilización de bueyes es difícil o no es factible”. En este método de siembra, la semilla de arroz se coloca en posturas o agujeros individuales y se recomienda depositar entre 5 a 10 granos de semilla por postura a una distancia de 30 centímetros en cuadro. Sin embargo, se debe tener cuidado en cierto de no depositar muchas semillas en una sola postura para que las plantas apaleen un macollamiento conveniente, cuando el espacio entre posturas se reduce.

A 20 centímetros en cuadro, se recomienda o aconseja colocar un máximo de 10 semillas lo cual permitirá un mejor uso del suelo y promoverá un mayor macollamiento de las plantas de arroz. En este método de siembra se recomienda la cantidad de 100 libras de semilla de buena calidad por manzana. Por otro lado, la siembra en surcos con tracción animal: en la siembra de arroz en surcos utilizando bueyes se practica en varias zonas del país, principalmente por pequeños productores. La siembra con este método tiene tan buenos resultados como la siembra mecanizada, puesto que muchos productores han conseguido disminuir.

La distancia entre los surcos de siembra. En tal sentido se recomienda surcar a una distancia de 30 centímetros y depositar la semilla a chorro corrido o en posturas, para luego tapar la semilla en los surcos. En este método se recomienda utilizar de 100 a 150 libras de semilla de buena calidad por manzana. Por otro lado, la siembra al voleo con semilla seca: La siembra al voleo se puede hacer a mano, con voleadoras manuales o con voleadoras acopladas al tractor o con avión. Una vez distribuida la semilla en el suelo, se da un pase de rastra para tapar la semilla y reducir así el daño de aves y otros animales. La profundidad a la que se instala o ubica en si la semilla dentro del suelo, no debe ser mayor de 5 centímetros, con este método, la siembra es más rápida, sin embargo, dicha alineación no es semejante.

Debido a que la semilla queda colocada a diferentes profundidades, además del daño a veces considerable por los pájaros en la semilla que no se logró tapar adecuadamente y con este método se recomienda implementar o aplicar entre 200 a 220 libras de semilla de buena calidad por manzana. Y en la siembra mecanizada en surcos: dado que para este método de siembra se utilizan sembradoras para arroz, que son implementos halados por un tractor, las cuales depositan la semilla a chorro corrido a distancias que pueden variar de 15 a 30 según el implemento o sembradora utilizada sembradora utilizada.

Para la siembra del grano arrocero con sembradoras, se requiere de suelos bien preparados, para condescender una adecuada distribución de la semilla. Y las ventajas de este método de siembra, es la rapidez y la uniformidad tanto en la distribución como



en la colocación de la semilla a una determinada profundidad, lo que resulta en una germinación uniforme. Otra ventaja, es que algunas sembradoras traen aditamentos para fertilizar simultáneamente a la siembra. Un aspecto muy trascendental a reflexionar cuando se usa una sembradora con tractor, es que ésta se debe medir antes de empezar la plantación para sacar eficientemente distribución y dosis en la simiente (Secretaría de agricultura y ganadería hondureña, 2003).

5.2 Métodos de siembra indirecta del cultivo en el arroz

La siembra por trasplante. Es un método de siembra indirecto, en el cual se trasplantan plántulas que han crecido inicialmente en semilleros o almácigos para luego trasplantarlas al campo definitivo. Las plántulas deben arrancarse cuidadosamente del almácigo o del semillero, tratando de no ocasionar daño ni al follaje ni a las raíces. Generalmente el trasplante se realiza cuando las plántulas tienen de veinte y treinta días de crecimiento. La ventaja de este sistema de siembra es que se usa poca semilla por área de siembra, dado que indiscutiblemente se utilizan e implementan entre los 30 y 50 libras de semilla por manzana.

Este método es recomendable para pequeñas plantaciones se quiere exterminar malezas nocivas, como el Arroz Rojo o cuando se causa la semilla visada o se trate de reducir las mezclas de otras multiplicidades en los terrenos dedicados al cultivo de arroz.

6. LABORES ESENCIALES EN EL CULTIVO ARROCERO

6.1 Costos de producción

Según (Rojas, 2007) sustenta que: *“es un conjunto de los egresos que son necesarios para producir un bien o servicio, el cual está integrado por todas las inversiones que una compañía debe realizar para seguir funcionando y producir lo que comercializa”*. Por otro lado, determina que la Contabilidad de Costos es un proceso ordenado que implementa los principios generales de contabilidad para registrar los costos de operación de un negocio de tal manera que, con datos de producción y ventas, la gerencia pueda usar las cuentas para averiguar los costos de producción y los costos de distribución ambos por unidad y en total de uno o de todos los productos fabricados o servicios prestados y los costos de otras funciones diversas.



Sin embargo, la negociación tiene el fin de lograr una operación económica, eficiente y productiva. Los costos son de suma importancia, dado que es una técnica empleada que ayuda de alguna manera reunir, registrar, recopilar y con base a dicha información, tomar decisiones adecuadas relacionadas con la planeación y control de los mismos. Dado que, los costos de producción también llamados costos de operación son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso por ventas y otras entradas y el costo de creación indica el beneficio bruto. Esto significa que el destino económico de una organización está asociado con el ingreso.

Por ejemplo, los bienes vendidos u ofrecidos en el mercado y el precio obtenido. Y los costos de producción de los bienes vendidos. Mientras que el ingreso, particularmente por ventas, está asociado e integrado de manera o modo integral al sector de la comercialización de la compañía o entidad, el costo de operación está estrechamente conexo ante el sector de las tecnologías y entre otras; y la consecuencia también es primordial (Rojas, 2007).

Mientras tanto, los costos de producción cuentan dos características opuestas de modo, que algunas veces. No están bien entendidas en los países en vías de desarrollo. La primera es que para producir bienes uno debe gastar; esto significa generar un costo y la segunda peculiaridad es que los costos deberían ser seguidos tan bajos como sea viable (Rojas, 2007).

6.2 Elementos de los costos de producción

De acuerdo diversos autores y especialistas del ámbito financiero hace referencia en cierta manera a una estructura de costo que contemplan en frente de los tres elementos principales o primordiales, materiales directos, mano de obra directa, y costos directos de fabricación en las cuales determinan el costo de producción de un bien, producto y/o servicio.

6.3 Materias primas e insumos

Según la (Universidad interamericana para el desarrollo, 2018) sustenta que: *“como materia a todos los elementos que influyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final”*. Un producto o artículo terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos que mediante un proceso de transformación permitieron la confección



del producto final. Partiendo de la anterior definición la materia prima es la fuente esencial. En las empresas u organizaciones industriales las cuales dan origen a un producto o artículo. Los factores o elementos que intervienen principalmente en un producto pueden ser clasificados directos e indirectos en cierto modo.

Los directos en cierta forma son todos aquellos que pueden identificarse en la elaboración de un producto terminado, en cuanto a los indirectos se presencian o reflejan en todos aquellos que interceden condicionalmente a en el diseño de un bien. El primero de los elementos del costo de producción es la materia prima. Ésta comprende los materiales físicos que componen el producto o aquellos que, incluso sin estar en el producto, se necesitan para realizar el proceso productivo. Este elemento del costo se divide en dos: materia prima directa y materia prima indirecta. La materia prima directa incluye todos los materiales que se usan.

Y la materia prima directa incluye todos los materiales que se implementan o aplican en la elaboración o fabricación de un producto, que se identifican con éste con mucha facilidad y tienen un valor relevante que se contabiliza. Sólo se llamará materia prima al concepto de materia prima directa. Por ejemplo, La madera que se emplea en una mesa.

La materia prima indirecta incluye e inciden en todos los materiales involucrados en la fabricación o producción de un producto o artículo y no se identifican con facilidad con éste, o aquéllos que no tienen un valor relevante, aunque es fácil de reconocerlos. Si se piensa en una hamburguesa, el cátsup que agrega el que cocine al prepararla, es indirecta si lo hace manualmente, pero si lo hace con una máquina previamente calibrada sería directa. En la planeación y control de este elemento o componente del costo se involucran varios departamentos o secciones ante la empresa u organización como compras, almacén y producción, se implementan diferentes formatos para su registro (Universidad interamericana para el desarrollo, 2018).

6.4 Mano de Obra

Según (Guerrero, 2001) sustenta que: *“la mano de obra como el fuerza físico y mental gastado en la fabricación de un bien o servicio. Su costo se puede dividir en mano de obra directa y mano de obra indirecta”*. Por consiguiente, la mano de obra directa es la que intercede e interviene directamente en la producción de un producto o servicio terminado. Dado que los elementos del costo de producción son los materiales, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, estos son los factores que suministran la



pesquisa necesaria para la comprobación del ingreso y la fijación del precio del producto a ofertar o brindar a los interesados.

El segundo elemento del costo de producción es la mano de obra, la cual se define como el costo del tiempo que los empleados invierten en el proceso productivo y que debe ser cargado a los productos. La mano de obra se divide en dos rubros: mano de obra directa y mano de obra indirecta. A la mano de obra directa se le llamará mano de obra, la cual incluye todo el tiempo de trabajo que se aplica en forma directa a los productos y la mano de obra indirecta se refiere a todo el tiempo. Y la mano de obra indirecta se refiere a todo el tiempo que se transforma para mantener el funcionamiento de la planta de fabricación (Guerrero, 2001).

Pero no se relacionan directamente con los productos y control de las horas empleadas e implementadas para cada fabricación se lleva por medio de las hojas de control de tiempos, mismas que sirven posteriormente para la aplicación (Guerrero, 2001).

6.5 Costos Indirectos de Fabricación

Según la especialista en el ámbito financiero y contable (Caro, 2018) sustenta que: *“los costos indirectos son todos aquellos que a su vez han sido en cierto modo causados durante el proceso encaminado a la elaboración de un bien o servicio en la compañía, y que no pueden ser coligados al artículo y a modo que no son caracterizables expeditamente”*. Y a su manera lamentablemente no pueden ser asignados a un área encaminada u orientada a dicho factor o elemento de carácter económico y se realiza dicho seguimiento de modo integral puesto que esto resultaría dispendioso o poco viable y factible. Por otro lado, aquel componente o elemento mencionado con anterioridad también ha sido denominado por autores como carga fabril.

Por otro lado, la señora (Pino, 2018) afirma que: *“los costos indirectos de fabricación denominados también costos generales de fabricación, se definen simplemente como todos los costos de producción, excepto los materiales directos y la mano de obra directa”*. En esta clasificación podría esperar encontrar allí aquellos que estructuran aquel componente que juega un papel de suma importancia en el ámbito organizacional o empresarial, considerando que define el comportamiento incidente a la inversión enfocada a encontrar ventajosas utilidades en base a la acción ejecutada para obtener los resultados anhelados o esperados (Ver figura 5).



Figura 1. Elementos de los costos indirectos de fabricación



Fuente: Enciclopedia del panorama económico a nivel global

7. MARCO CONCEPTUAL

7.1 Definición de los Costos de Producción

Es el elemento de suma importancia en la estructura financiera y operativa de la empresa u organización, por cuanto de su gestión depende en gran medida la viabilidad de la misma y lo cual también es una variable que puede ser controlada por la entidad de modo en que en caso de que por alguna razón la comercialización decaiga y así sea necesario bajar los precios de venta o los costos de insumos aumenten. El único factor sobre el que la corporación o ente tiene mayor control (Hinojosa, 2017).

Los costos de producción están en el centro o en frente a la toma de decisiones de carácter empresarial u organizacional, puesto que todo incremento en el costo de la operación normalmente significa una disminución de las utilidades de la compañía o ente. De hecho, las empresas toman las decisiones sobre la producción y las ventas a la vista de los costos y los precios comerciales del bien que lanzan al mercado.

7.2 Elementos de los Costos de Producción

La (Universidad Peruana de los Andes, 2018) define los siguientes conceptos:

Materias primas e insumos: son los principales recursos que se usan en la producción; éstos se transforman en bienes terminados con la adición de mano de obra directa y costos indirectos. El costo de los materiales puede dividirse en materiales directos e indirectos, de la siguiente manera: En los materiales directos. Son todos los que pueden identificarse en la fabricación o producción de un producto u artículo terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración del producto. En cambio, los materiales indirectos Son todos aquellos involucrados en la elaboración de un producto o bien, pero no son materiales de perfil directo.

Mano de obra: Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa y mano de obra indirecta, como sigue: Mano de obra directa. Es aquélla directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con éste con facilidad y que representa un importante costo de mano de obra en la elaboración del producto, y en la mano de obra indirecta está involucrada en frente a la fabricación y/o producción de un producto que no es considerada mano de obra directa.

Costos indirectos de fabricación: este pool de costos se utiliza e implementa para acumular los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y los demás costos indirectos de fabricación que no pueden identificarse directamente con los productos u artículos específicos. Por ejemplo, de otros costos indirectos de fabricación o producción, además de los materiales indirectos y de la mano de obra indirecta, son arrendamiento, energía y calefacción, y depreciación del equipo de la obtención.

7.3 Actividades orientadas a la producción del arroz

Según (Vasquez, 2006) define el siguiente concepto: En la producción de los cultivos de arroz está estructurado por una serie de actividades que facilitan de una u otra forma la transformación del producto, y una de las acciones que hacen parte del proceso, es la fecha siembra y que este factor influye directamente sobre los rendimientos en el cultivo, y el control de la maleza es el seguimiento integrado en frente a dicho elementos que impactan la cosecha. Por otro lado, la preparación del terreno es considerado una de las labores de mayor importancia y primordial lo cual de ella depende una buena germinación de la semilla en el cultivo. Por último, los sistemas de siembra, riego y fertilización se deben implementar de manera adecuada, esto definirá integralmente los resultados esperados ante a la inversión realizada.



8. DISEÑO METODOLÓGICO

8.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio que se implementó es mixto de tipo descriptivo y exploratorio, basado en la observación y datos proporcionados para analizar los costos de la producción por hectárea del cultivo de arroz en los pequeños agricultores. Lo cual se planearon diversas visitas en las zonas rurales del municipio, para así observar y estudiar las distintas variables relacionadas con los costos de producción. Por otro lado, se empleará o aplicará para recoger en sí los datos y dar a conocer los resultados.

Mediante una encuesta y además fuentes existentes. Sin embargo, uno de los fines de este proyecto de carácter investigativo, se inclina en recoger, registrar, y reportar la información relacionada e incidente en frente a los costos, y con base a dicha información, se decide de manera o forma óptima y eficiente las etapas o pasos a seguir en cuanto a la siembra y producción del arroz en el municipio del espinal, Tolima en rotundo lapso o periodo.

8.2 Método de investigación

Como herramienta metodológica se diseñó y aplico o implemento una encuesta con preguntas abiertas y cerradas que se llevó a cabo de diversas formas: personalizada, en medio físico, o de manera virtual enviándolas a los correos de algunos agricultores. Y el primer paso se diseñó la encuesta la cual está conformada por una serie de preguntas enfocadas u orientadas a indagar sobre los costos de producción en las hectáreas de los cultivos del arroz. En segundo paso se procedió a obtener información afin hacia los productores arroceros. Por último, se agruparon los resultados y se plasmaron en diagrama de barras para presentar el análisis individual y grupal de las preguntas de la encuesta y otros factores que inciden en la determinación de los resultados y de esta manera se precisaron en sí toda la información, generando conclusiones.

8.3 Población

El proyecto de investigación se ha enfocado u orientado en la población de aquellos encargados en direccionar la producción en los cultivos del arroz ante el municipio del espinal, Tolima. En pocas palabras son las variables a tener en cuenta para realizar el procedimiento de recolección de información mediante las encuestas y que es una



herramienta de investigación eficaz y eficiente. Por otro lado, en medio de fuentes informativas se encontró que existe un total de (516) productores del arroz en la tierra espinal una de (3293) que se encuentra actualmente en todo el departamento tolimense de acuerdo al cuarto censo nacional de arroceros que en cierta manera fue direccionado por el departamento nacional de estadística de la república.

8.4 Muestra

La muestra corresponde una importante porción de agro arroceros que se dedican a producir aquel cereal que a su vez juega un papel importante en la canasta familiar de millones de familias tanto colombianas como en otros lugares del mundo que las consume, por otro lado, se desarrollaron 178 encuestas que corresponden a un nivel de confianza del 90% que a su vez incide sobre el total de la población que asciende a 516 agricultores encaminados al sector arrocero. Y para seleccionar esta muestra se utilizó e implemento el método de muestreo aleatorio simple teniendo en cuenta que la población no se encuentre o este demasiado extenso.

Sin embargo, se estima que un margen de error del (5%) cinco por ciento y se considera que este modelo de investigación de a la cercanía y tenencia hacia la población permanentemente pueden garantizar resultados veraces y confiables que permitirá determinar el objetivo general que se ha planteado desde el comienzo de la indagación que se encamina e inclina en frente al análisis de los costos de producción en referencia a los cultivos arroceros.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

9.1 Fuente primaria de la investigación

La encuesta es el instrumento de recolección de información que se diseño fue pensando en que sería un elemento funcional de ejecutar y atractivo para la población objeto de estudio, se diseñó un cuestionario con una serie de preguntas que se relacionan con el análisis de los costos de producción en los cultivos del arroz en el municipio del espinal, Tolima en los periodos del 2018-2019. Lo cual se desea determinar el objetivo principal del estudio e investigación en sí que se ha estado realizando en un determinado tiempo.



9.2 Fuente secundaria

Se utilizó e implementó a lo largo del informe de carácter investigativo, recursos los cuales facilitan información como lo son; libros y páginas de internet, que se relacionan con el análisis de los costos de la producción de los cultivos del arroz en el municipio del Espinal, Tolima en los periodos del 2018-2019. Dado que en cierto modo hace parte de la investigación, la cual facilita la realización del proyecto de la investigación que se realiza o se estructura con finalidad u objeto de analizar los costos de producción de los cultivos arroceros.

9.3 Trabajo de campo

El presente estudio de carácter investigativo ha sido alimentado por el contacto directo con la población de estudio, la cual se ha desarrollado una encuesta que presenta preguntas de tipo cualitativo y cuantitativo con el fin de facilitar la recolección y análisis de la información, la cual facilita la determinación del objetivo del estudio que se realiza sobre el análisis de los costos de producción en los cultivos del arroz en el municipio del Espinal, Tolima en los periodos que van desde el dos mil diez y ocho hasta el dos mil diez y nueve.

9.4 Tratamiento de la información

Los resultados obtenidos con base a las fuentes de información y de datos tanto primarias como secundarias se transformarán en categorías las cuales se presentarán en cuadros, gráficos y otros elementos estadísticos como tal que servirán para la interpretación y el análisis y comprensión la cual se analizará los costos de producción por hectárea en los cultivos del arroz en el municipio del Espinal, Tolima en los periodos del 2018-2019. Y para culminar dicho informe de carácter investigativo se debió implementar una serie de condiciones o parámetros que permitieron, la posibilidad de cumplir las expectativas que se tenía tanto profesionales y educativos. De esta manera en sí se trató la diversidad de variables encontradas.

10 HALLAZGOS

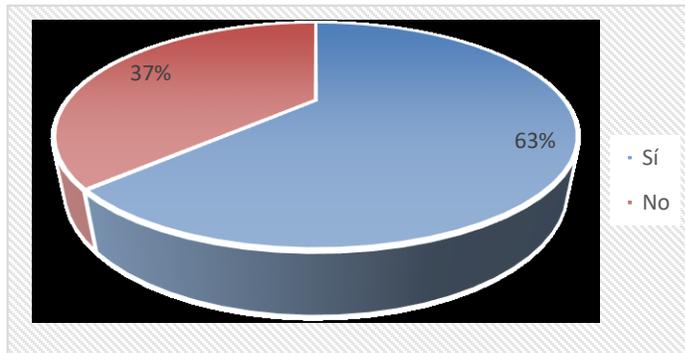
A continuación, se presentan los resultados de la encuesta empleada en frente a 178 agricultores especializados en el sector arroceros del municipio.



10.1 Conocimiento total sobre los costos

Del total sobre los encuestados, el 112 (63%) responde que en definitiva si conocen aquellos costos incidentes en el proceso de la siembra del arroz, en cambio un 66 (37%) admite con seguridad que aún no los conoce. En pocas palabras la gran mayoría de los agricultores poseen conocimientos suficientes en referencia a los costos, dado que esto permite efectivamente de una u otra forma gestionar los recursos a emplear (gráfico: 1).

Gráfica 1. Conocimiento total de los costos



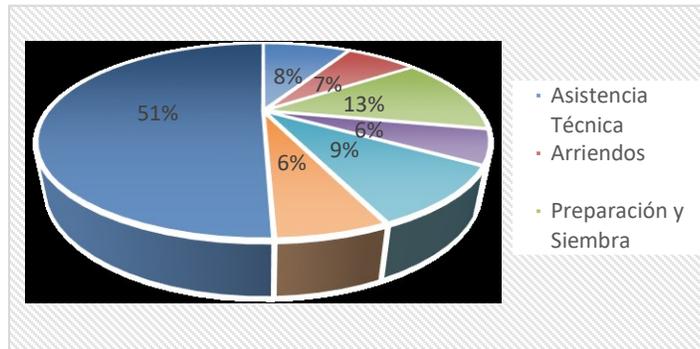
Fuente: Elaboración propia

10.2 Costos efectuados en los cultivos del arroz

Acorde a la información solicitada por medio de fuentes primarias, se presencia que 90 (51%) de los agricultores emplean en su totalidad los costos correspondientes de la siembra del arroz y el 88 (49%) no poseen una estructura definida en relación a la inversión que se debe realizar para la producción de los cultivos arroceros. Y sin lugar a duda deberán resolver cierta falencia para evitar las consecuencias que en un futuro no muy lejano podrían impactar negativamente la capacidad económica ante los productores (gráfica: 2).



Gráfica 2. Costos efectuados en los cultivos del arroz

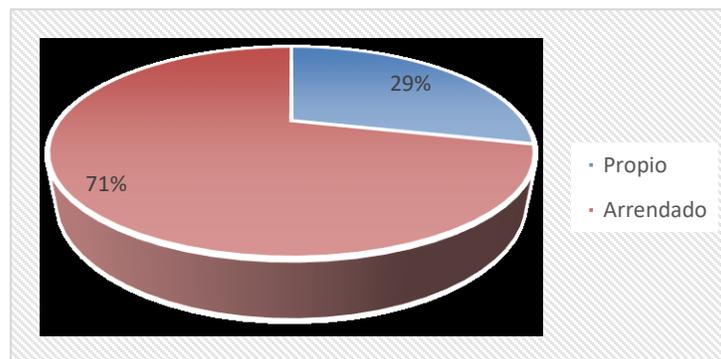


Fuente: Elaboración propia

10.3 Terreno de la producción arrocera

En cuanto a los terrenos donde los agricultores del municipio Espinal uno, llevan la producción del arroz, el 127(71%) responde que solicitan contrato de arrendamiento para poder llevar a cabo la ejecución de los procesos productivos, en cambio 51(29%) si poseen de manera propia el lugar donde producirán agrícolamente el cereal tan apreciado por los consumidores de talla local, nacional e internacional. Lo cual significa que la gran mayoría de productores no tienen la capacidad suficiente para adquirir en definitivo aquel recurso tan importante en el que influye de modo directo el nivel productivo (gráfica: 3).

Gráfica 3. Terreno de la producción arrocera

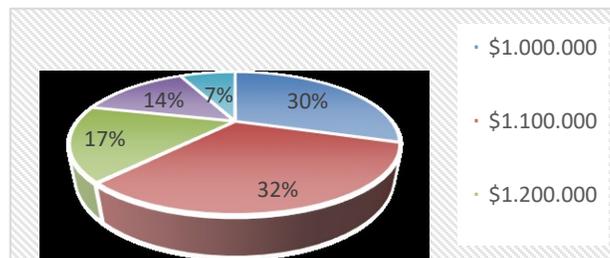


Fuente: Elaboración propia

10.4 Costos de arrendamiento por hectárea

Una de las preguntas formuladas del cuestionario se enfoca en los costos que incide hacia el arrendamiento de una hectárea de tierra para el cultivo del arroz. Y el 100 (62%) responde en que la alquilada del terreno tiene un valor entre 1.000.000 a 1.100.0000, en cambio el 78 (38%) Pagán un monto aproximado que oscilan desde 1.200.000 a 2.000.000. Los productores deberán neutralizar los costos de alquiler, empleando estudios continuos hacia las alternativas existentes que se generan de acuerdo ante las cotizaciones (gráfica: 4).

Gráfica 4. Costo de arrendamiento por hectárea

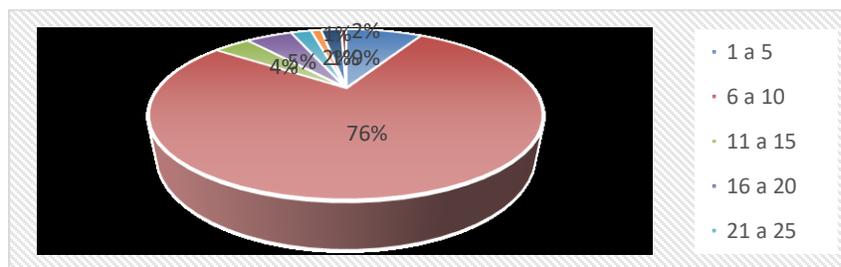


Fuente: Elaboración propia

10.5 Hectáreas de arroz cultivado en el año

La encuesta realizada a los agricultores de arroz del municipio, el 151 (84%) de los productores arroceros responden que aproximadamente en el año cultivan de 1 a 10 hectáreas y el 27 (16%) producen entre 11 a 40 hectáreas. Demostrando en cierta manera o modo que una gran parte de agro arroceros tiene limitaciones en la capacidad productiva. Por la cual perjudica de corto a largo plazo en la estructura financiera (Ver, gráfica: 5)

Gráfica 5. Hectáreas de arroz cultivadas en un año

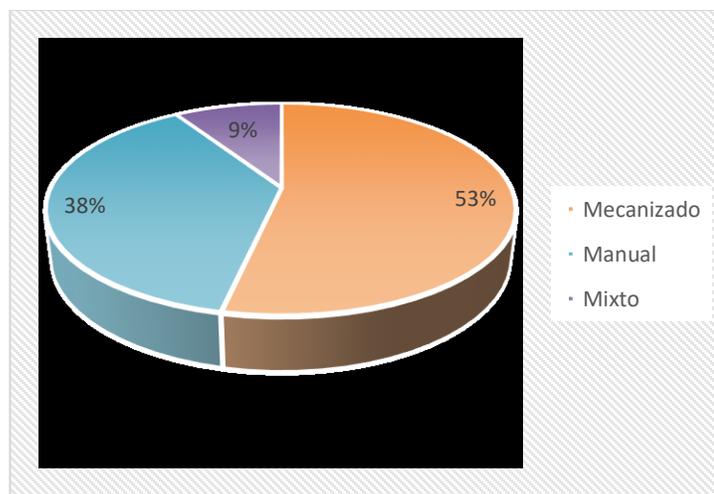


Fuente: Elaboración propia

10.6 Método de siembra del cultivo

A lo largo de la implementación de las encuestas, el 95 (53%) de los agricultores responden que el método de siembra más utilizado es el mecanizado. el 67 (38%) confirman que emplean el método manual, en cambio el 16 (9%) implementan métodos de carácter mixto. Esto quiere decir que los productores arroceros de una u otra forma buscan mejorar el nivel productivo al máximo para así conseguir beneficios utilitarios

Gráfica 6. Método de siembra del cultivo



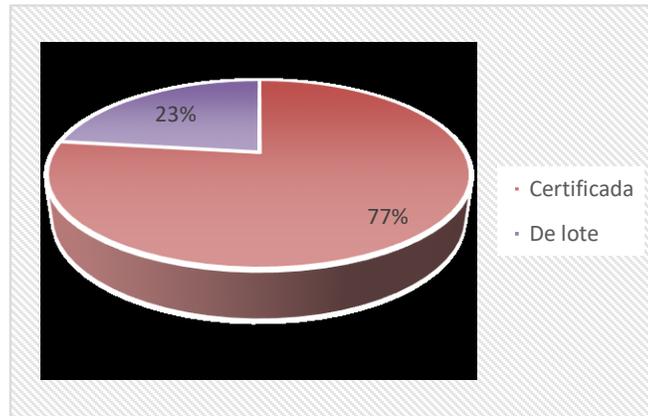
Fuente: Elaboración propia

10.7 Tipo de semilla utilizada en la siembra

Según en la gráfica se evidencia, un 137 (77%) de los agricultores arroceros del municipio invierten en semilla certificada para la siembra del arroz, y el 41 (23%) de los productores contestaron en que adquieren la semilla de lote. En pocas palabras los responsables del sector arroceros poseen una perspectiva diferente en relación al tipo de semilla dado que cada uno conserva ciertos beneficios y en base a ello, los ejecutores de la producción toman la decisión de acuerdo a las experiencias vividas a lo largo de las campañas (gráfica: 7).



Gráfica 7. Tipo de semilla utilizada en la siembra

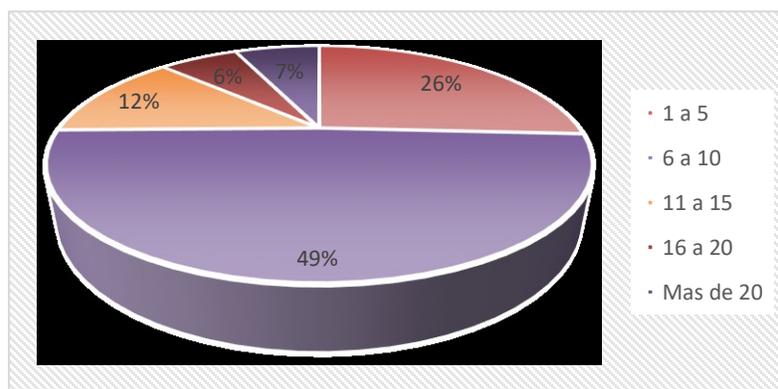


Fuente: Elaboración propio del auto

10.8 Mano de obra requerida para la siembra

Se puede evidenciar por medio de los resultados obtenidos en la encuesta. Y un 87 (49%) de los productores arroceros requieren de 6 a 10 empleados, el 46 (26%) necesitan de 1 a 5 obreros para la siembra del arroz. En cambio, los demás necesitan más de 11 personas en ejecutar las actividades que hacen parte del proceso de plantación. Esto manifiesta, que cada uno de los agricultores posee distintas formas de gestionar los recursos. Ante una orientación basada en el incremento porcentual hacia los beneficios marginales (gráfica: 8).

Gráfica 8. Mano de obra requerida para la siembra



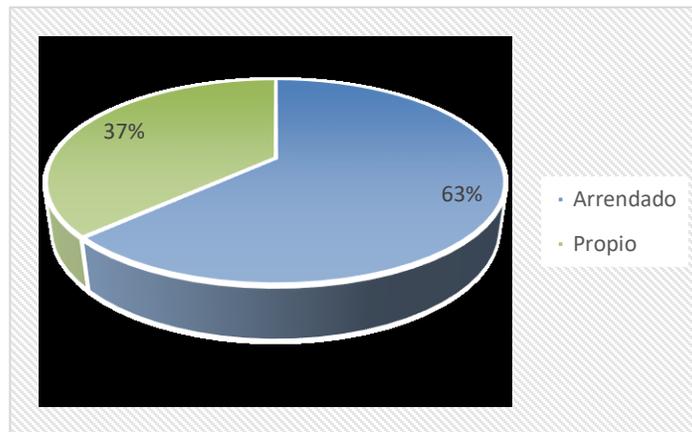
Fuente: Elaboración propia



10.9 Tipo de maquinaria para preparación terrenal

Según la encuesta realizada a los agricultores en el municipio del Espinal, Tolima. Un 112 (63%) aseguran que la maquinaria y equipo para la preparación del terreno de los cultivos del arroz es arrendado. En cambio, un 66 (37%) contestaron que afortunadamente poseen de manera propia la herramienta necesaria para gestionar productivamente en los terrenos. Sin embargo, a su vez refleja que la gran mayoría de los productores arroceros no cuentan aún con la capacidad de adquisición por errores enfilados a la gestión (gráfica: 9).

Gráfica 9. Tipo de maquinaria para preparación terrenal

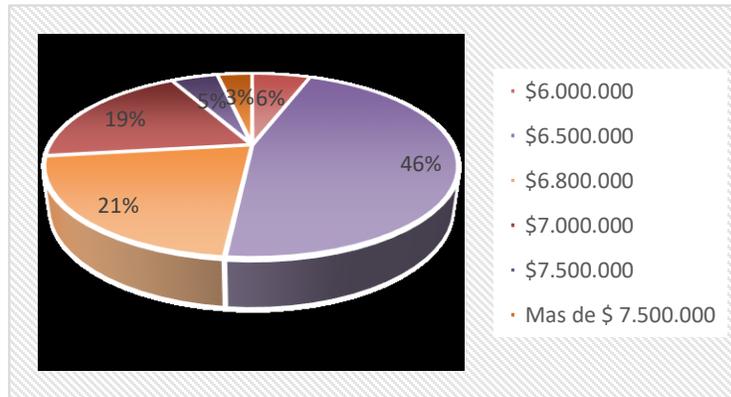


Fuente: Elaboración propia

10.10 Costos de producción promedio por hectárea

El 130 (73%) de la población de productores arroceros del municipio Espinal uno encuestados afirman de manera definitiva, que los costos de producción promedio por hectárea oscila entre los \$6.000.000 a \$6.800.000. Por otro lado, el 48 (27%) argumenta que los costos incidentes en la transformación de la semilla hacia cultivos arroceros, se encuentran en los \$7.000.000 a \$8.000.000. esto se debe, tanto a las falencias administrativas como a factores que influyen de una u otra manera hacia al panorama económico (gráfica: 10).

Gráfica 10. Costos de producción promedio por hectárea

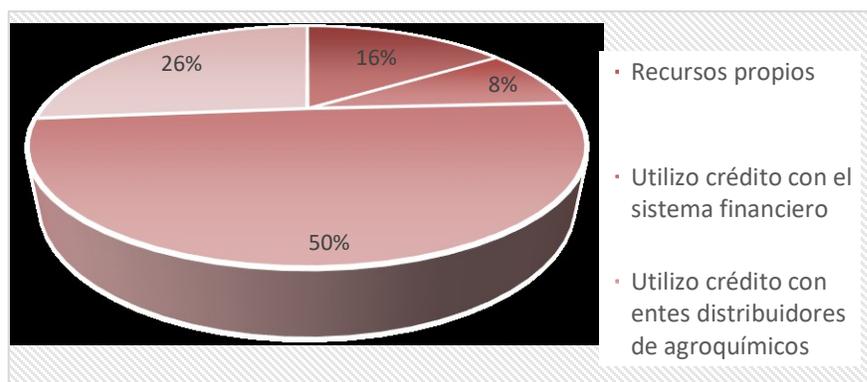


Fuente: Elaboración propia

10.11 Tipos de recursos de perfil financiero

En la encuesta, un 88 (49%) de los agricultores arroceros respondieron que utilizan créditos con entes distribuidores de agroquímicos, el 47 (26%) implementan fuentes propias y financiadas, el 28 (16%) tienen recursos propios, y un 15 (8%) emplea créditos con el sistema financiero. lo cual esto refleja en cierta forma, que una gran parte de los emprendedores del sector arrocero de manera obligatoria deben adquirir recursos con entidades financieras o comerciales, puesto que la situación de los productores es crónica (, gráfica: 11).

Gráfica 11. Tipos de recursos de perfil financiero



Fuente: Elaboración propia

11. ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

11.1 Costos de producción del periodo 2018

Figura 2. Costos de producción del año 2018 semestre A

Actividad	Costo/Hectarea	#Hectareas	Costo Total	Valor %
Asistencia Técnica	\$ 54.234	6	\$ 325.404	0,87
Arriendo	\$ 1.133.749	6	\$ 6.802.494	18,3
Preparación Tierra	\$ 460.000	6	\$ 2.760.000	7,42
Caballoneo	\$ 120.000	6	\$ 720.000	1,94
Siembra	\$ 553.749	6	\$ 3.322.494	8,93
Semilla	\$ 460.000	6	\$ 2.760.000	
Labor	\$ 93.749	6	\$ 562.494	
Riego	\$ 541.020	6	\$ 3.246.120	8,73
Agua	\$ 320.000	6	\$ 1.920.000	
Mantenimiento	\$ 221.020	6	\$ 1.326.120	
Fertilización	\$ 1.060.277	6	\$ 6.361.662	17,1
Fertilizantes	\$ 880.000	6	\$ 5.280.000	
Aplicación	\$ 180.277	6	\$ 1.081.662	
Control Maleza	\$ 445.700	6	\$ 2.674.200	7,19
Herbicidas	\$ 323.700	6	\$ 1.942.200	
Aplicación	\$ 90.000	6	\$ 540.000	
Control Manual	\$ 32.000	6	\$ 192.000	
Control de Plagas	\$ 390.000	6	\$ 2.340.000	6,29
Insecticidas	\$ 297.000	6	\$ 1.782.000	
Aplicación	\$ 93.000	6	\$ 558.000	
Control Manual	\$ -		\$ -	
Control de Enfermedades	\$ 368.500	6	\$ 2.211.000	5,94
Fungicidas	\$ 280.000	6	\$ 1.680.000	
Aplicación	\$ 88.500	6	\$ 531.000	
Otros Insumos	\$ 350.000	6	\$ 2.100.000	5,65
Insumos	\$ 350.000	6	\$ 2.100.000	
Aplicación	\$ -		\$ -	
Recolección	\$ 615.000	6	\$ 3.690.000	9,92
Transporte	\$ 107.576	6	\$ 645.456	1,74
Varios	\$ -		\$ -	
Sub Totales	\$ 6.199.805	6	\$ 37.198.830	100
Administración	\$ -		\$ -	
Intereses	\$ -		\$ -	
Impuestos Varios	\$ -		\$ -	
Totales	\$ 6.199.805	6	\$ 37.198.830	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Costos de producción del año 2018 semestre B

Actividad	Costo/Hectarea	#Hectareas	Costo Total	Valor %
Asistencia Técnica	\$ 56.844	6	\$ 341.064	0,86
Arriendo	\$ 1.225.000	6	\$ 7.350.000	18,5
Preparación Tierra	\$ 490.000	6	\$ 2.940.000	7,40
Caballoneo	\$ 145.000	6	\$ 870.000	2,19
Siembra	\$ 594.749	6	\$ 3.568.494	8,98
Semilla	\$ 495.000	6	\$ 2.970.000	
Labor	\$ 99.749	6	\$ 598.494	
Riego	\$ 578.020	6	\$ 3.468.120	8,73
Agua	\$ 347.000	6	\$ 2.082.000	
Mantenimiento	\$ 231.020	6	\$ 1.386.120	
Fertilización	\$ 1.095.000	6	\$ 6.570.000	16,5
Fertilizantes	\$ 895.000	6	\$ 5.370.000	
Aplicación	\$ 200.000	6	\$ 2.891.400	
Control Maleza	\$ 481.900	6	\$ 2.891.400	7,28
Herbicidas	\$ 345.900	6	\$ 2.075.400	
Aplicación	\$ 96.000	6	\$ 576.000	
Control Manual	\$ 40.000	6	\$ 240.000	
Control de Plagas	\$ 416.000	6	\$ 2.496.000	6,28
Insecticidas	\$ 307.000	6	\$ 1.842.000	
Aplicación	\$ 109.000	6	\$ 654.000	
Control Manual	\$ -		\$ -	
Control de Enfermedades	\$ 410.000	6	\$ 2.460.000	6,19
Fungicidas	\$ 310.000	6	\$ 1.860.000	
Aplicación	\$ 100.000	6	\$ 600.000	
Otros Insumos	\$ 375.000	6	\$ 2.250.000	5,66
Insumos	\$ 375.000	6	\$ 2.250.000	
Aplicación	\$ -		\$ -	
Recolección	\$ 638.000	6	\$ 3.828.000	9,64
Transporte	\$ 116.000	6	\$ 696.000	1,75
Varios	\$ -		\$ -	
Sub Totales	\$ 6.621.513	6	\$ 39.729.078	100
Administración	\$ -		\$ -	
Intereses	\$ -		\$ -	
Impuestos Varios	\$ -		\$ -	
Totales	\$ 6.621.513	6	\$ 39.729.078	100

Fuente: Elaboración propia

11.2 Costos de producción del periodo 2019

Figura 4. Costos de producción del año 2019 semestre A

Actividad	Costo/Hectarea	#Hectareas	Costo Total	Valor %
Asistencia Técnica	\$ 62.000	6	\$ 372.000	0,89
Arriendo	\$ 1.350.000	6	\$ 8.100.000	19,5
Preparación Tierra	\$ 520.000	6	\$ 3.120.000	7,50
Caballoneo	\$ 150.000	6	\$ 900.000	2,16
Siembra	\$ 620.000	6	\$ 3.720.000	8,94
Semilla	\$ 515.000	6	\$ 3.090.000	
Labor	\$ 105.000	6	\$ 630.000	
Riego	\$ 585.020	6	\$ 3.510.120	8,44
Agua	\$ 350.000	6	\$ 2.100.000	
Mantenimiento	\$ 235.020	6	\$ 1.410.120	
Fertilización	\$ 1.115.000	6	\$ 6.690.000	16,1
Fertilizantes	\$ 905.000	6	\$ 5.430.000	
Aplicación	\$ 210.000	6	\$ 1.260.000	
Control Maleza	\$ 498.900	6	\$ 2.993.400	7,20
Herbicidas	\$ 350.900	6	\$ 2.105.400	
Aplicación	\$ 103.000	6	\$ 618.000	
Control Manual	\$ 45.000	6	\$ 270.000	
Control de Plagas	\$ 430.000	6	\$ 2.580.000	6,20
Insecticidas	\$ 315.000	6	\$ 1.890.000	
Aplicación	\$ 115.000	6	\$ 690.000	
Control Manual	\$ -		\$ -	
Control de Enfermedades	\$ 429.000	6	\$ 2.574.000	6,19
Fungicidas	\$ 322.000	6	\$ 1.932.000	
Aplicación	\$ 107.000	6	\$ 642.000	
Otros Insumos	\$ 387.000	6	\$ 2.322.000	5,58
Insumos	\$ 387.000	6	\$ 2.322.000	
Aplicación	\$ -		\$ -	
Recolección	\$ 659.000	6	\$ 3.954.000	9,51
Transporte	\$ 126.000	6	\$ 756.000	1,82
Varios	\$ -		\$ -	
Sub Totales	\$ 6.931.920	6	\$ 41.591.520	100
Administración	\$ -		\$ -	
Intereses	\$ -		\$ -	
Impuestos Varios	\$ -		\$ -	
Totales	\$ 6.931.920	6	\$ 41.591.520	100

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Costos de producción del año 2019 semestre B

Actividad	Costo/Hectarea	#Hectareas	Costo Total	Valor %
Asistencia Técnica	\$ 73.000	6	\$ 438.000	1,00
Arriendo	\$ 1.460.000	6	\$ 8.760.000	19,9
Preparación Tierra	\$ 545.000	6	\$ 3.270.000	7,44
Caballoneo	\$ 165.000	6	\$ 990.000	2,25
Siembra	\$ 640.000	6	\$ 3.840.000	8,73
Semilla	\$ 525.000	6	\$ 3.150.000	
Labor	\$ 115.000	6	\$ 690.000	
Riego	\$ 635.000	6	\$ 3.810.000	8,66
Agua	\$ 387.000	6	\$ 2.322.000	
Mantenimiento	\$ 248.000	6	\$ 1.488.000	
Fertilización	\$ 1.155.000	6	\$ 6.930.000	15,8
Fertilizantes	\$ 928.000	6	\$ 5.568.000	
Aplicación	\$ 227.000	6	\$ 1.362.000	
Control Maleza	\$ 536.500	6	\$ 3.219.000	7,32
Herbicidas	\$ 370.500	6	\$ 2.223.000	
Aplicación	\$ 112.000	6	\$ 672.000	
Control Manual	\$ 54.000	6	\$ 324.000	
Control de Plagas	\$ 466.200	6	\$ 2.797.200	6,36
Insecticidas	\$ 328.000	6	\$ 1.968.000	
Aplicación	\$ 138.200	6	\$ 829.200	
Control Manual	\$ -		\$ -	
Control de Enfermedades	\$ 441.980	6	\$ 2.651.880	6,03
Fungicidas	\$ 326.980	6	\$ 1.961.880	
Aplicación	\$ 115.000	6	\$ 690.000	
Otros Insumos	\$ 392.000	6	\$ 2.352.000	5,35
Insumos	\$ 392.000	6	\$ 2.352.000	
Aplicación	\$ -		\$ -	
Recolección	\$ 684.000	6	\$ 4.104.000	9,33
Transporte	\$ 136.500	6	\$ 819.000	1,86
Varios	\$ -		\$ -	
Sub Totales	\$ 7.330.180	6	\$ 43.981.080	100
Administración	\$ -		\$ -	
Intereses	\$ -		\$ -	
Impuestos Varios	\$ -		\$ -	
Totales	\$ 7.330.180	6	\$ 43.981.080	100

Fuente: Elaboración propia

11.3 Interpretación general de los costos

Mediante la estructuración de las variables que inciden en los costos de producción encaminados a los cultivos del arroz, se logra detallar que una de las actividades con mayor participación dentro de los periodos y semestres del 2018-2019, y son los costos de arrendamiento de las tierras en donde se realiza el proceso de siembra en aquel cereal, dado que representa entre los 18 a 20 % de la inversión, lo cual un 71% de los agricultores arroceros del municipio del Espinal, Tolima son arrendatarios, el costo del arrendamiento es una de las estrategias que implementan los especialistas del sector agro arrocero, contratando un terreno conveniente en sí para el cultivo, debido a que las tierras espinal unas son consideradas de excelente calidad.

Debido a la generación de alto rendimiento en kilos por hectáreas, sin lugar a duda poseen una buena disponibilidad hídrica, infraestructura vial, además se encuentra cerca de los proveedores e industrias interesadas en adquirir el producto. Por otro lado, existe uno de los factores que de una u otra forma afecta el incremento exponencial de los precios del arrendamiento, es la llegada de nuevos agricultores originarios de otros lugares del país, en busca de tierras, debido al potencial que posee, referente a los beneficios de estas en las hectáreas y a la cercanía de perfil estratégico hacia los eslabones que constituyen el nivel de producción.

Se debe agregar que, la segunda actividad que juega un papel de suma prevalencia en la siembra del arroz en los cultivos, son la fertilización a la cual se destinan un 15% a 17%. Reflejando el alto nivel de aplicación de insumos químicos por parte de los productores, y a su vez se demuestra el modo incorrecto de usar los fertilizantes en las zonas de siembra, causado por la ausencia de análisis de suelos en lotes seleccionados para la producción y el agro arrocero del Espinal acostumbra a emplear grandes dosis, buscando compensar un poco la competencia que se forja entre las plantas semejando el fertilizante, debido a la gran ración de semillas.

El tercer rango en importancia lo tiene la protección al cultivo, y el 17% al 20% se encuentra distribuida entre el control de malezas, el control de plagas y el control de enfermedades, dicho valor está demostrando en cierta manera o forma la dificultad a la cual se enfrenta el productor del arroz para realizar en sí el control de malezas en los cultivos.

La preparación del terreno representa tan solo el 7% al 8% de los costos de producción, pero esta es una labor de alta importancia dado, que tenerle un buen soporte a la semilla



para el desarrollo de las plantas. Por otra parte, la siembra tiene una participación del 8% total en los costos, lo que refleja el costo de la semilla certificada, los agricultores deben ser conscientes de que si utilizan e implementan semilla certificada pueden obtener buenos rendimientos en su cosecha y también de esta forma pueden disminuir o reducir los gastos que hacen en referencia hacia el control de malezas, porque la semilla certificada no está contaminada.

El riego representa el 8% al 9 % del total de los costos, debido a la importancia que tiene el agua para el desarrollo biológico del cultivo. La recolección participa un 8% de los costos de producción, este rubro es alto porque según las encuestas el 63% de los productores del arroz del municipio del espinal, Tolima debe alquilar la maquina combinada para esta labor debido a los precios que posee la maquinaria agrícola no les da la posibilidad de comprarla.

El transporte de la cosecha representa del 1% al 2% es muy pequeño dentro de los costos debido a la cercanía de los lotes con los molinos de la zona rural del municipio espinal uno. Esto es una ventaja para los productores del arroz, porque en cierta forma están ahorrando costos en transporte cuando se ubican en el municipio del espinal. El menor costo para el cultivo del arroz lo representa la asistencia técnica con el 0,1% a 1% pero al contratar este servicio es muy importante para llevar a cabo técnicamente las labores que se deben desarrollar de manera obligatoria durante la vida del cultivo arrocero y así no exagerar en las labores y recibir una recomendación de carácter técnico que puede ayudar en sí a disminuir los costos de producción.

En definitiva, se logra detallar la diversidad de variables existentes que hacen parte de los costos de producción en la siembra del arroz, gracias a la recopilación de la información tanto primaria y secundaria, permitiendo presenciar el comportamiento porcentual y relativo de la inversión existente en cada actividad, en los periodos 2018-2019. A simple vista demuestra, el gran esfuerzo que un productor o agricultor debe hacer para transformar uno de los productos más solicitados por familias a nivel local, nacional e internacional. Pero tristemente el sector molinero no cumple con las expectativas monetarias a los responsables de la siembra.



11.4 Rentabilidad de los cultivos del arroz

Figura 6. Rentabilidad de los cultivos del arroz

	PERIODO 2018		PERIODO 2019	
	Semestre A	Semestre B	Semestre A	Semestre B
Ventas a Inversiones				
Kilos de arroz entregados al molino	51000	51000	51000	51000
kilos descontados por impurezas	0	0	0	0
Kilos netos entregados	51000	51000	51000	51000
Numero total de hectareas entregadas	6	6	6	6
Equivalencia de hectarea a kilo	8500	8500	8500	8500
Kilos netos entregados al molino	51000	51000	51000	51000
Precio de compra por kilo de arroz	\$ 916	\$ 916	\$ 1.070	\$ 1.070
Total ventas al molino	\$ 46.716.000	\$ 46.716.000	\$ 54.570.000	\$ 54.570.000
Ventas Totales	\$ 46.716.000	\$ 46.716.000	\$ 54.570.000	\$ 54.570.000
Costos Totales	\$ 37.198.830	\$ 39.729.078	\$ 41.591.520	\$ 43.981.080
Utilidad	\$ 9.517.170	\$ 6.986.922	\$ 12.978.480	\$ 10.588.920
Margen Utilitario	\$ 9.517.170	\$ 6.986.922	\$ 12.978.480	\$ 10.588.920
Utilidad por hectárea	\$ 1.586.195	\$ 1.164.487	\$ 2.163.080	\$ 1.764.820

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los datos que representa la anterior figura, se puede detallar de una u otra forma los movimientos existentes en base a los costos totales que se originan en las seis hectáreas sembradas por pequeños agricultores del municipio del espinal, Tolima.

Y para obtener un margen utilitario entre los 20% a 26% deben invertir aproximadamente entre los \$37.000.000 a \$44.000.000 siempre y cuando gestionen de manera correcta los recursos. Sin embargo, la tasa utilitaria no es baja pero los productores arroceros deberán desarrollar acciones, que permitan en sí mejorar en su totalidad la capacidad financiera u económica ante el agro arrocero.

12. REFLEXIÓN DE LOS AUTORES

En promedio los costos de producción por hectárea según los agricultores de las zonas rurales del municipio espinal uno, se encuentra alrededor de los seis millones doscientos mil pesos a siete millones quinientos mil pesos. Lo cual representa que los costos de producción por hectáreas en el espinal, Tolima son altos y en cierta forma perjudica la capacidad económica del agricultor del sector arrocero.

El 76% de los agricultores del municipio son pequeños productores, lo cual en cierta forma no les permite tener acceso en adquirir nuevas tecnologías o maquinaria para realizar las actividades diarias que inciden en la siembra del arroz. Por tal motivo, deben acudir a ejecutar la mayor parte de las tareas del cultivo con equipo agrícola alquilado, dado que es una de las razones en las que no facilita, disminuir dichos costos que incurren por la implementación de las herramientas de trabajo pesado.

Una parte de los ingresos de los productores arroceros del municipio espinal uno, se está quedando en manos de los propietarios de la tierra y de las empresas u organizaciones distribuidoras y comercializadoras de agroquímicos. Dado que estos rubros nombrados con anterioridad tienen una gran participación dentro de los costos de producción que inciden e integran de una u otra manera en la siembra del cereal.

La inversión incidente a la siembra del arroz de seis hectáreas oscila entre los treinta y siete millones de pesos a los cuarenta y cuatro millones de pesos, para obtener unas ganancias máximas del veinte al veinte y cinco por ciento. En pocas palabras los costos de producción poseen un nivel alto y esto lesiona el margen utilitario.

Se puede decir que la determinación de los costos de producción de los cultivos de arroz es de suma importancia puesto que conocer de los mismos permite que los agricultores del sector tengan más conocimientos frente a los costos que incurren en la siembra del arroz durante el proceso de siembra y recolección del cereal.

Se les recomienda a los productores del arroz del municipio espinal uno, en hacer registros de las operaciones que desarrollan a lo largo de la siembra, para que de esta forma puedan tener un archivo, que les brinde la información financiera relacionada con la inversión de cada una de las actividades, y así podrán ver la participación de la misma dentro del total de los costos y tomar las decisiones que les permitan hacer los respectivos correctivos, y se mejorara de manera continua ante el nivel competitivo.



Los agricultores del sector arrocero del municipio espinal uno, deben hacer de manera o forma anticipada el análisis correspondiente a los suelos en el lote seleccionado para la producción es importante, en lo cual ayuda al productor a reducir los costos por fertilización se recomienda, que las dosis de fertilizantes estén encaminadas según el diagnóstico por ingeniero agrónomo, especialista en el ámbito agrícola.

El agricultor de arroz del municipio del espinal, Tolima deberá implementar en cierta forma las asesorías profesionales y recomendaciones técnicas propuestas por investigadores o especialistas del ámbito arrocero, para lograr eficientemente un buen desarrollo de las plantas a lo largo del ciclo de vida del cultivo, que le puedan ayudar al mejoramiento de la rentabilidad sobre los costos de producción del cultivo.

Se les recomienda a los agricultores del arroz del municipio espinal uno, en implementar de manera absoluta, un sistema que permita controlar y vigilar eficientemente las plagas que a su vez impactan negativamente el cultivo arrocero, porque así pueden conseguir la explotación mejor los recursos disponibles para la producción y logran que el cultivo del arroz sea eficazmente, rentable y sostenible en la zona.

Los agricultores o productores del arroz en el municipio, logra seguir las recomendaciones dadas con anterioridad, posiblemente podrá encontrar de una u otra manera alguna opción que les permita reducir aquellos costos de producción.

13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcazar, H. F. (29 de diciembre de 2019). <https://www.eluniversal.com.co>. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.co>: <https://www.eluniversal.com.co/economica/arroz-produccion-ordenada-para-2020-NM2187852>

Caro, L. (28 de Julio de 2018). <https://www.lifeder.com>. Obtenido de <https://www.lifeder.com>: <https://www.lifeder.com/costos-indirectos-de-fabricacion/>
Constitución Política de Colombia. (1991). Constitución Política de Colombia. Obtenido del Artículo 49: [https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-](https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-49#:~:text=Art%C3%ADculo%2049.,p%C3%BAblicos%20a%20cargo%20del%20Estado.&text=Corresponde%20al%20Estado%20organizar%2C%20dirigir,de%20eficiencia%2C%20universalidad%20y%20solidaridad)

49#:~:text=Art%C3%ADculo%2049.,p%C3%BAblicos%20a%20cargo%20del%20Estado.&text=Corresponde%20al%20Estado%20organizar%2C%20dirigir,de%20eficiencia%2C%20universalidad%20y%20solidaridad.



Fedearroz. (17 de agosto de 2019). <http://www.fedearroz.com.co>. Obtenido de <http://www.fedearroz.com.co>: <http://www.fedearroz.com.co/new/historia.php>
Ferrell, & Hartline. (2006). Libro Estrategias de Marketing.

Guerrero, M. A. (11 de noviembre de 2001). <https://www.gestiopolis.com>. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com>: <https://www.gestiopolis.com/costos-produccion-mano-obra/>

Hinojosa, M. A. (05 de noviembre de 2017). <https://www.gerencie.com>. Obtenido de <https://www.gerencie.com>: <https://www.gerencie.com/los-costos-de-produccion.html>
Howard, S., & Serwer, A. (2004). Empresas: Starbucks para llevar. Fortuna.

INS, M. d. (2020). Resolución 385 del 12 de marzo. Bogotá: Ministerio de Salud y protección social.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (18 de 03 de 2020). Mincomercio. Obtenido de Resolución 453 del año 2020: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/documentos-noticias/resolucion-453-salud-adoptan-medidas-sanitarias-de.aspx>

Presidente, M. y. (2020). Decreto 417. Bogotá: Presidencia de la Republica.

Revista el nuevo siglo. (11 de mayo de 2019). <https://www.elnuevosiglo.com.co>. Obtenido de <https://www.elnuevosiglo.com.co>: <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/03-2019-el-paquete-de-medidas-para-el-sector-arrocero>.

Rojas, R. A. (05 de junio de 2007). <http://www.bdigital.unal.edu.co>. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co>: <http://www.bdigital.unal.edu.co/6824/5/97895882800907.pdf>

Secretaria de agricultura y ganadería hondureña. (25 de Agosto de 2003). <https://curlacavunah.files.wordpress.com>. Obtenido de <https://curlacavunah.files.wordpress.com>: <https://curlacavunah.files.wordpress.com/2010/04/el-cultivo-del-arroz.pdf>

Serrano, F. P. (21 de septiembre de 2019). <https://www.alertatolima.com>. Obtenido de <https://www.alertatolima.com>:



<https://www.alertatolima.com/noticias/tolima/ministro-de-agricultura-asistio-la-asamblea-seccional-de-arroceros-en-el-espinal>

Universidad interamericana para el desarrollo. (27 de Junio de 2018). <https://moodle2.unid.edu.mx>. Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx:https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AE/CC/S03/CC03_Lectura.pdf

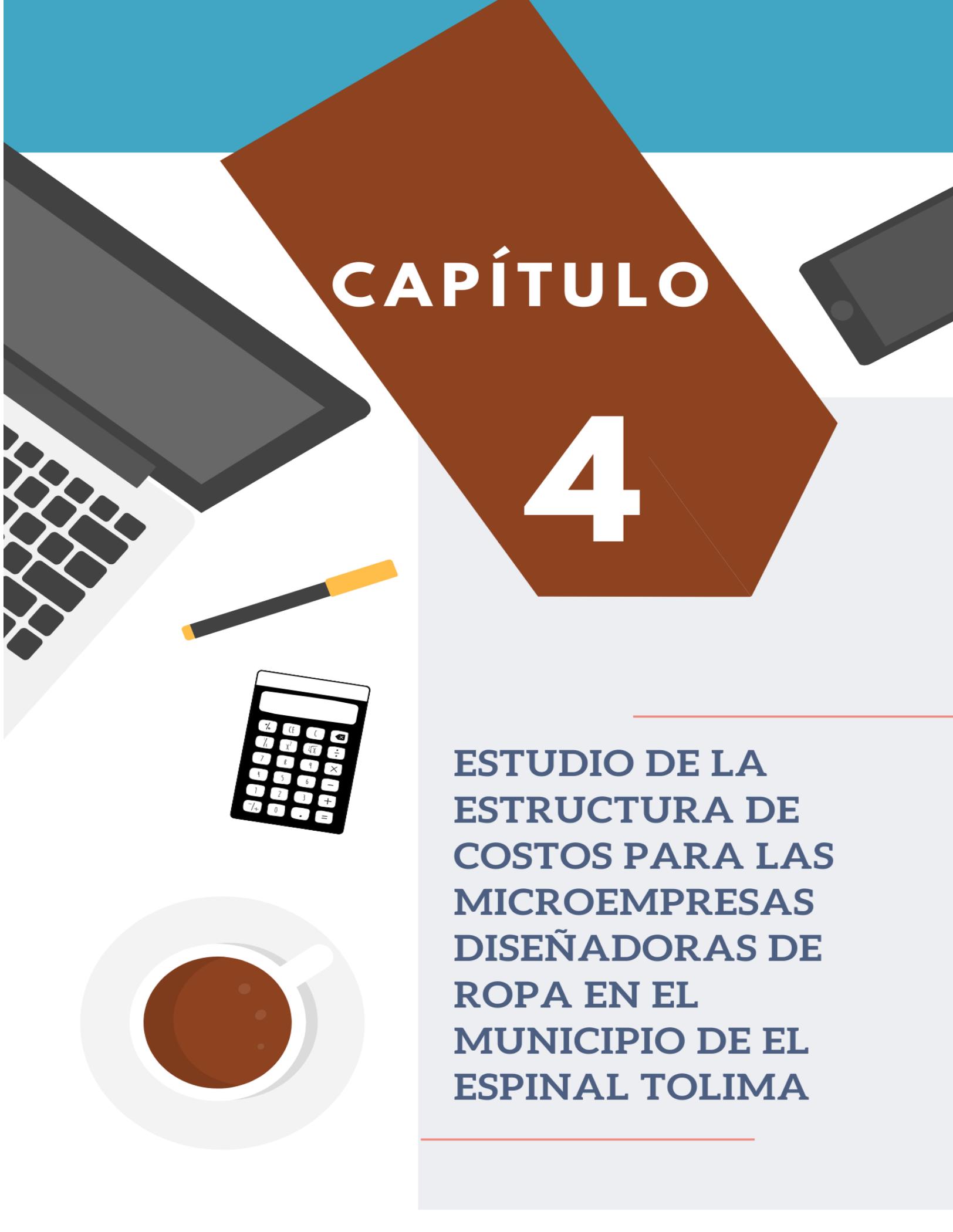
Universidad Peruana de los Andes. (16 de Junio de 2018). <https://repository.unad.edu.co>. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co:https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/7438/Fundamentos%20de%20Costos%207-46.pdf;jsessionid=D0A341F7C84B76AF31FF96FFFF19B767.jvm1?sequence=1>

Valencia, A. (22 de agosto de 2018). <https://www.agronegocios.co>. Obtenido de <https://www.agronegocios.co:https://www.agronegocios.co/agricultura/mas-de-5-millones-le-vale-a-los-agricultores-cultivar-una-hectarea-de-arroz-en-colombia-2761933>

Valencia, Y. M. (27 de enero de 2016). <https://repositorio.unillanos.edu.co>. Obtenido de <https://repositorio.unillanos.edu.co:https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/001/1212/1/RUNILLANOS%20FIN%2000073%20COMPARATIVO%20FINANCIERO%20DE%20LA%20PRODUCCION%20DE%20ARROZ%20CON%20PRODUCTOS%20QUIMICOS%20Y%20ORGANICOS.pdf>

Vásquez, J. M. (28 de Septiembre de 2006). <https://ciencia.lasalle.edu.co>. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co:https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1308&context=economia>



The background features a top blue section and a bottom light gray section. A large brown trapezoidal shape is centered, containing the chapter title. To the left, a laptop is partially visible. To the right, a smartphone is shown. Below the laptop is a pen with a yellow tip. Further down is a black calculator. At the bottom left is a white cup of coffee on a saucer.

CAPÍTULO

4

**ESTUDIO DE LA
ESTRUCTURA DE
COSTOS PARA LAS
MICROEMPRESAS
DISEÑADORAS DE
ROPA EN EL
MUNICIPIO DE EL
ESPINAL TOLIMA**

ESTUDIO DE LA ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LAS MICROEMPRESAS DISEÑADORAS DE ROPA EN EL MUNICIPIO DE EL ESPINAL TOLIMA.

Autores:

Orlando Varón Giraldo

Elizabeth Palma Cardoso

Robert Alexander Guzmán

Linda Katherine Ochoa Rivera

Joan Sebastián Tavera Donoso

1. RESUMEN

El presente trabajo presenta un estudio realizado para las diferentes formas de registrar los costos para la medición de control unitario que permita determinar el costo real del producto y de esta manera asignar un precio justo tomando en cuenta el porcentaje de utilidad deseada para cada producto. Todo esto con propósito de llevar un control y orden de los costos que permitan observar utilidades reales en los productos ya terminados. Todo esto en el marco de las microempresas diseñadoras de ropa en el municipio del Espinal Tolima.

PALABRAS CLAVE: Costos, confección, procesos, maquila, gestión de costos

2. ABSTRACT

This paper presents a study carried out on the different ways of recording costs for the measurement of unit control that allows determining the real cost of the product and thus assigning a fair price taking into account the desired profit percentage for each product. All this with the purpose of keeping a control and order of costs that allow observing real profits in the products already finished. All this within the framework of the clothing designer microenterprises in the municipality of Espinal Tolima.



Keywords: Costs, preparation, processes, maquila, cost management

3. INTRODUCCIÓN

La importancia de los sistemas de costos en las organizaciones ha hecho que se desarrollen una serie de soluciones para la contabilidad de costos, las cuales permiten a las empresas tener una herramienta para la toma de decisiones. Históricamente el sector Textil-Confección de ropa ha desempeñado un papel fundamental en la economía, gracias a su efecto sobre el empleo, la dinámica empresarial y el impulso de la industrialización.

En este sentido, el presente estudio sectorial en el municipio del Espinal Tolima, más exactamente en las microempresas diseñadoras de ropa, las cuales podrán adoptar una forma más eficiente en los costos que incurren, en la elaboración de sus productos y la prestación de sus servicios, los cuales se toman de una manera más específica identificando todas las erogaciones económicas y permitiendo obtener una información más detallada para cada actividad que se realiza en los centros de costos. La cual puede ser una herramienta que le permita a la compañía ser más competitiva, por consiguiente, para abordar el desarrollo del siguiente proyecto se puntualizará el problema que hará posible la ejecución de este, con el objeto de elaborar una propuesta para el Planteamiento de una Estructura de Costos para las Microempresas Diseñadoras de Ropa en el Municipio de el Espinal Tolima. Y con ello, el sistema del diseño de costos el cual le sirve a las microempresas del sector como instrumento para la planeación, la toma de decisiones y la adecuada asignación de costos y optimización de los recursos a través del análisis de las variables más representativas de su comportamiento económico y financiero.

4. CONOCIMIENTOS Y TEÓRIAS

“Los sistemas son la suma total de partes que funcionan independientemente, pero en conjunto para lograr productos o resultados requeridos, basándose en las necesidades”.

Una empresa es un sistema de departamentos interrelacionados por un mismo fin, los cuales se complementan para lograr el desarrollo de sus actividades principales y con esto cumplir con el objeto de la misma. Por esta razón los costos son un elemento que provee información confiable esencial dentro de una organización principalmente para



la parte interna, pero también para la parte externa la cual no hacen parte directa, pero si hace parte del entorno y funcionamiento de la empresa.

Por lo tanto, para las microempresas diseñadoras de ropa en el municipio de el Espinal Tolima, es necesario que las áreas como la gerencia, la administración y la parte operativa se manejen como un sistema en el cual sus actividades se interrelacionan para llegar a brindar fabricaciones y servicios de calidad, generando información para los usuarios internos la cual es elemental para la toma de decisiones. Y con esto llegar a satisfacer las necesidades de sus clientes del sector confección de ropa el cual es el entorno en que la empresa se mueve. (Merlín, 2013)

4.1. LAS EMPRESAS DE PRODUCCIÓN

Las empresas de producción son aquellas que se encargan de transformar la materia prima en un producto elaborado o semielaborado, para tal proceso se reconocen los elementos de los costos de producción: materiales, mano de obra y gastos generales de fabricación. Desde un punto de vista elemental y sencillo el costo de un producto se obtiene sumando los costos de producción. Cabe mencionar que las empresas de servicios también necesitan, en muchos casos, costear el proceso de servicio, sin embargo; estos se convierten en costos de operación (gastos operacionales). De acuerdo a los flujos de producción diseñados por los ingenieros industriales y demás profesionales que deban intervenir en una empresa de transformación o de prestación de servicios, se puede distinguir tres formas esenciales para la acumulación de los costos: la primera bajo pedido específico, la segunda en lotes de producción y la tercera forma una producción en serie de forma continua.

a) Bajo pedido específico. La producción de un bien y las prestaciones de un servicio atienden a características específicas que el cliente requiere.

Los ejemplos que pueden darse son: diseño de joyas, construcción de aviones, atención médica especializada.

b) Lotes de producción. Consiste en producir lotes de bienes que atiendan a características que pueda brindar el fabricante de acuerdo a prototipos existentes solicitados por el cliente. Como ejemplo se puede mencionar fábricas textiles, conjuntos habitacionales, el cultivo de productos agrícolas.

c) Fabricación en serie. Produce bienes de características similares y uniformes que no permiten variaciones en el modelo ni gran cantidad de productos derivados de este bien. Puede mencionarse la producción de cemento, hidrocarburos, hierro.



El propósito de la contabilidad (contabilidad de costos) consiste en costear razonablemente el bien o servicio dentro del proceso productivo y al mismo tiempo contar con instrumentos de control eficaces para materiales, mano de obra y demás insumos utilizados en la producción. En consecuencia, las empresas de transformación deben implementar procesos de costos oportunos y eficientes. Se hace necesario seleccionar e implementar sistemas de costeo adecuados al tipo de producto, a su forma y flujo de producción.

Es importante mencionar que hay dos metodologías para acumular los costos: bien sea por órdenes de producción o bien por procesos, lo cual está avalado por las normas internacionales de contabilidad y las normas internacionales de información financiera y dentro de cada país las leyes tributarias. Se puede resumir que en la fabricación bajo pedido específico y por lotes se puede controlar con un sistema de órdenes de producción y la fabricación de serie continua bajo un sistema por procesos.

No se quita que una misma empresa de producción pueda aplicar ambos sistemas, dependiendo de las necesidades del mercado y de los flujos de producción temporales de acuerdo al momento económico. Se debe tener claro que sea cual fuese el sistema de producción lo que difiere es el método de costeo y no el proceso contable, pues este será siempre el mismo.

Las empresas industriales suelen clasificar a su personal de acuerdo con la función que prestan, así:

- a) Personal administrativo, como ejecutivos y empleados de oficina.
- b) Personal de producción, como jefes de producción, técnicos, mecánicos, supervisores, personal de mantenimiento, oficinistas de fábrica, diseñadores, obreros, y otros más.
- c) Personal de ventas, formado por aquellos que laboran en la distribución y venta de los productos terminados.

El costo del personal que trabaja en labores generales, como: personal de seguridad, barrenderos (limpieza), conserjes, y otros más, normalmente se carga a gastos administrativos; sin embargo, es recomendable repartir proporcionalmente a las áreas en las cuales prestan sus servicios como administración, producción y ventas. (Anónimo, 2009)



4.2. CLASIFICACIÓN DE LA MANO DE OBRA

La mano de obra puede clasificarse de diferentes formas, como a continuación se señala.

4.2.1. De acuerdo con el tipo de recurso

- Costo. Se considera costo la mano de obra consumida en las áreas operativas o que tienen una relación directa con la producción o la prestación del servicio.
- Gasto. Se considera gasto la mano de obra consumida en las áreas administrativas que sirven de apoyo a la producción.

4.2.2. De acuerdo con la función

Tiene que ver con el área de la empresa donde se desarrolla la labor; se divide en:

- Producción. Es el costo de mano de obra que se genera en las áreas productivas de la empresa. Puede ser directa o indirecta.
- Servicios generales. Es la mano de obra que genera el personal que realiza labores logísticas o de apoyo tanto al área operativa como al área administrativa; por lo tanto, puede ser costo o gasto.
- Administrativa. Es la mano de obra que genera el personal administrativo, por lo que se considera gasto.
- Ventas. Es la mano de obra generada por el personal encargado de la comercialización y entrega final del producto o servicio al cliente. En la mayoría de los casos se considera costo, pero en ocasiones y dependiendo del tipo de empresa puede considerarse gasto.
-

4.2.3. De acuerdo con la jerarquía organizacional.

- Mandos altos. Es la mano de obra generada por el personal directivo de la empresa. Puede ser costo o gasto.
- Mandos medios. Es la mano de obra generada por el personal de supervisión y coordinación. Puede ser costo o gasto.
- Obreros y operarios. Es la mano de obra generada por el personal encargado de la producción o la prestación del servicio. Siempre se considera costo.



4.2.4. De acuerdo con la vinculación con el servicio

- Mano de obra directa. Son los salarios y demás cargos laborales devengados por los empleados vinculados directamente con la prestación del servicio o la fabricación del bien; por ejemplo, operarios, obreros, etcétera.
- Mano de obra indirecta. Son los salarios y demás cargos laborales devengados por los empleados que, aunque trabajan en producción, no se relacionan directamente con ella; por ejemplo, supervisores, coordinadores, personal de mantenimiento, entre otros.
-

4.2.5. De acuerdo con la forma de pago

Salario por tiempo. Cuando la relación empleado-empleador está mediada por un contrato de trabajo, ya sea a término fijo o a término indefinido se considera un costo fijo porque independientemente de que haya o no producción se le debe pagar al empleado.

- Salario por producción. Cuando al empleado se le liquida el salario y demás cargos laborales de acuerdo con las unidades de producto generadas o las horas de trabajo realizadas se considera un costo variable porque si no hay producción no hay pago.
- Combinado. Es una metodología de contratación donde el empleado tiene un contrato por tiempo, pero a la vez se le calcula parte de su salario de acuerdo con la producción obtenida. (Greene, 1999)

5. METODOLOGÍA

5.1 Tipo de estudio

El tipo de investigación es cuantitativo, la intención de este método es exponer y encontrar el conocimiento ampliado de un caso mediante datos detallados y principios teóricos, regidos bajo las normas, donde se pretende dar a conocer el proceso del plan de la estructura y diseño de costos en las microempresas diseñadoras de ropa en el Espinal Tolima y delimitar los hechos que conforman el problema de investigación, no solo recolectando datos sino analizando los resultados, a fin de interpretar la información de manera clara y precisa.



Este tipo de estudio, implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados, a través de los cuales podemos cuantificar el problema y entender que tan generalizado esta mediante unas muestras con un grupo de personas que su información relevante, es similar a través de una serie de variables, que pueden aportar resultados específicos sobre la relación de causa y efecto de varios factores independientes o interdependientes relacionados con un problema particular.

5.2 Método de investigación

Para la recolección de la información se usaron fuentes primarias como la observación directa, encuestas de forma escrita por medio de un cuestionario al jefe de la microempresa, inspección de documentos, así como, manuales de funciones y procedimientos y reportes existentes en la compañía. De igual forma se tuvo en cuenta fuentes secundarias como los libros de costos y de metodología de la investigación, los cuales hacen más fácil la información del tema.

5.3 Procedimiento de investigación

Se realizó el diagnóstico de las microempresas e identificación y definición de actividades importantes, por centros de costos, identificación de los primordiales elementos del costo, determinación de las relaciones entre actividades y el costo, identificación de los inductores del costo, determinación de la composición del flujo de los costos, distribución y asignación de los costos, análisis de la organización y cierre de los centros de costos.

Donde pudimos apreciar una variación en el manejo de los costos en las diferentes microempresas encuestadas.

5.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Se puede observar que algunas de las microempresas encuestadas contaban con un sistema de costo estándar utilizado de manera ortodoxa o manual donde determinaban los costos y el precio de venta de los productos, basándose en datos no reales ni verídicos.

Es por esto que se estudia y analiza un sistema de costos para todas las microempresas confeccionadoras de ropa del municipio que consiste en un sistema de costos, mediante el cual les genere a las microempresas ahorro en tiempo y dinero y su vez general un resultado preciso y oportuno.



5.5 Encuesta

Por medio de esta técnica de recolección de datos pudimos obtener información directa e indirecta con microempresarios y operarios por medio de cuestionarios establecidos y elaborados para identificar falencias y técnicas a aplicar.

Entre dichas modalidades de recolección de datos, usamos encuesta por vía telefónica, encuesta por e-mail, encuesta personal.

5.6 Entrevista

Mediante esta entrevista que inicialmente realizamos tuvimos dialogo con personal de las microempresas diseñadoras de ropa del municipio de el Espinal Tolima, de tipo abierto o libre de acuerdo a las necesidades de trabajo para cumplir con los requerimientos y otras, de tipo estructurado para conocer más a fondo las características y funcionamiento de la microempresa.

5.7 Unidades de análisis

La unidad de análisis en la organización identificando con claridad los procesos administrativos, contables, financieros y económicos; identificando las actividades que generan valor, y las que no lo generan con el objetivo de eliminarlas o modificar dicho proceso. Los datos fueron procesados y analizados mediante la aplicación y uso de herramientas estadísticas y hojas de Excel.

5.8 Muestra

La muestra se realiza en el municipio del Espinal Tolima exactamente a doce microempresas diseñadores de ropa, se les aplica una encuesta en la cual hay preguntas abiertas y cerradas, determinando factores relevantes en la aplicación del método en la asignación de sus costos y de tipo general. En esta se reportan la cantidad de personas y microempresas diseñadoras de ropa a quienes se les va a realizar el estudio.

5.9. Probabilístico

Se tuvo en cuenta la posibilidad de ser seleccionadas en la misma muestra.



5.10. No probabilístico

Se toma un subconjunto de toda la población seleccionada en general para determinar el tipo de investigación y de una manera y tiempo inusual.

Tabla 01 de referencia encuestados empresarios del Espinal Tolima

MICROEMPRESAS ENCUESTADAS.		
NUMERO	MICROEMPRESAS	CARGO
1	La Cajita	Jefe
2	Miles Costuras	Administradora
3	Punto del Hilo	Jefe
4	Doña Gloria	Jefe
5	Emanuel	Jefe
6	Diseño a puntadas	Jefe
7	Costura Creativa	Jefe
8	Divina Costura	Jefe
9	Doña Rosa	Jefe
10	El Taller de Ester	Jefe
11	Doña Lucy	Jefe
12	Taller Puntadas y Costuras	Jefe

Fuente: elaboración propia.



Tabla 02 referencia trabajadores de las microempresas diseñadoras de ropa en el municipio del Espinal – Tolima

TRABAJADORES DE LAS MICROEMPRESAS DISEÑADORAS DE ROPA EN EL MUNICIPIO DEL ESPINAL - TOLIMA		
NUMERO	MICROEMPRESAS	CARGO
1	Gloria Preciado	costurera
2	Carlos Méndez	operario
3	Olga torres	costurera
4	Emilsen Tovar	costurera
5	Katerine Sánchez	costurera
6	Camilo Ortiz	costurera
7	Carla Figueroa	costurera
8	Julia Hernández	costurera
9	Rosa Martínez	costurera
10	Elisa Oviedo	costurera
11	Lucia Arteaga	costurera
12	Hortensia López	costurera

Fuente: elaboración propia.



6. HALLAZGOS

6.1 Análisis de la información por variables o categorías de análisis

Con la finalidad de dar validez al desarrollo del presente trabajo de investigación se realizó el diagnóstico, sobre la aplicación de un sistema de costos que son utilizados en la elaboración de prendas utilizando instrumentos apropiados para obtener dichos resultados, se procede a recolectar información mediante encuestas a las cuales se les realiza la tabulación respectiva para determinar las variaciones y condiciones de las microempresas.

6.2 Encuesta No. 1 (Microempresarios diseñadores inicial)

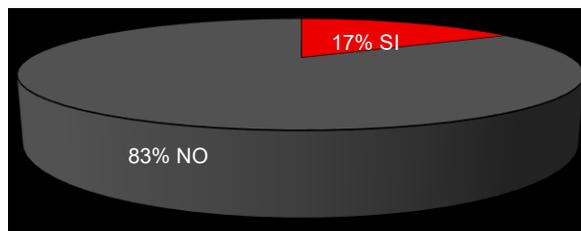
El análisis de esta investigación se basa directamente en el sistema de costos y su incidencia en la asignación de los mismos y rentabilidad en las microempresas diseñadoras de ropa en el municipio del Espinal Tolima.

Los resultados que a continuación se muestran han sido obtenidos al realizar las encuestas a propietarios de dichas microempresas con el fin de obtener una base mediante la cual se emiten ciertos criterios que serán de utilidad para la comprobación de la propuesta planteada.

Una vez aplicadas las encuestas se procedió a la codificación de los resultados y posteriormente a tabularlos, a través del uso de una estadística y aplicación de porcentajes para ser reflejados en graficas tales como diagramas de tortas.

Gráfica No. 01 (diagrama de torta encuesta 01)

1. ¿Ha implementado usted un sistema de costos en su empresa?



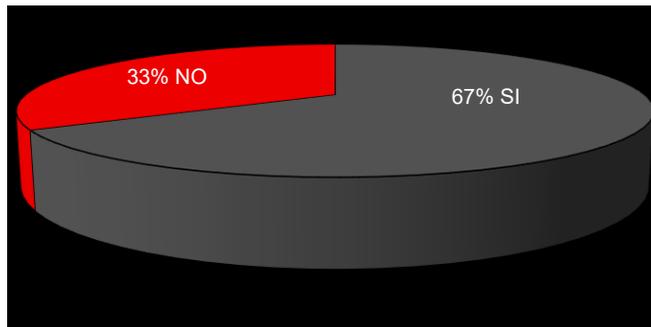
Fuente: elaboración propia



En la actualidad las microempresas diseñadoras de ropa en el Espinal no implementan un sistema de costos, por lo cual no se sabe con exactitud el costo de cada producto ni la utilidad obtenida por el mismo.

Gráfica No. 02 (diagrama de torta encuesta 01)

2. ¿Considera que, con un sistema de costos de materiales, mano de obra, y gastos de fábrica, aumentarían sus utilidades?

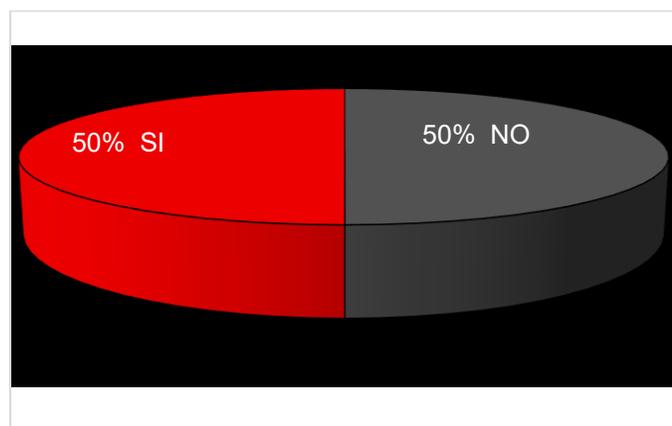


Fuente: elaboración propia

Solo algunos microempresarios se preocupan por invertir en recursos que optimicen y mejoren las condiciones de margen de utilidad de su negocio.

Gráfica No. 03 (diagrama de torta encuesta 01)

3. ¿Aplica un inventario para determinar que producto o material rota con más frecuencia?



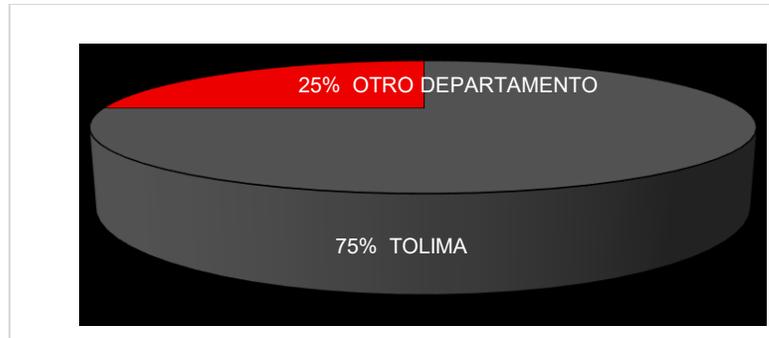
Fuente: elaboración propia



Un buen control de inventarios puede convertirse en un gran aliado para aumentar la rentabilidad de la organización, ciertas empresas lo adoptan de manera empírica sin conocimientos fundamentados.

Gráfica No. 04 (diagrama de torta encuesta 01)

4. ¿De dónde proviene la materia prima que utiliza en su empresa?

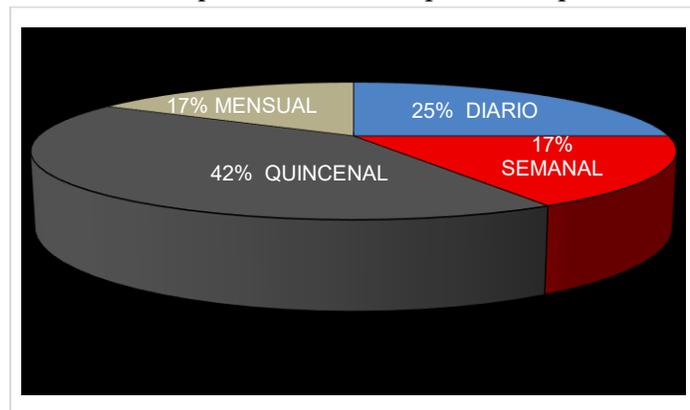


Fuente: elaboración propia

Los fabricantes deben apartarse de la economía lineal de la actualidad en la que las materias primas se adquieren, manufacturan, usan y desechan, para acercarse más a una economía circular, en la que los desechos de una industria se convierten en la materia prima de otra.

Gráfica No. 05 (diagrama de torta encuesta 01)

5. ¿Con que frecuencia adquiere inventarios para la empresa?



Fuente: elaboración propia

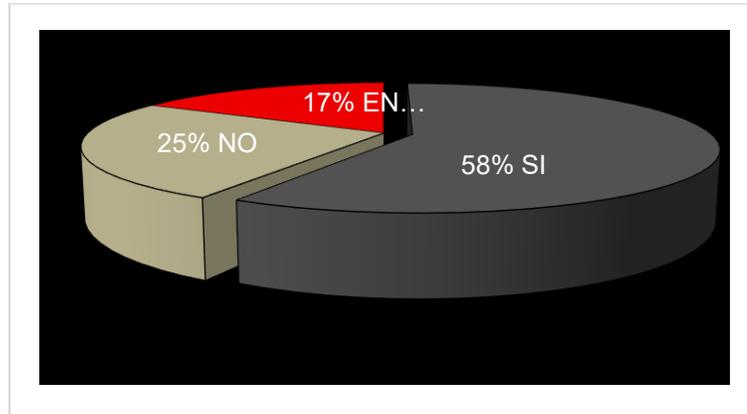
No hay mayor problema para comprar materia prima en el sector textil ya que este producto es duradero, lo importante es tener en cuenta las necesidades de producto



para cubrir las ventas que se tienen, es decir comprar la cantidad necesaria para producirlo.

Gráfica No. 06 (diagrama de torta encuesta 01)

6. ¿Compra sus materiales al por mayor?

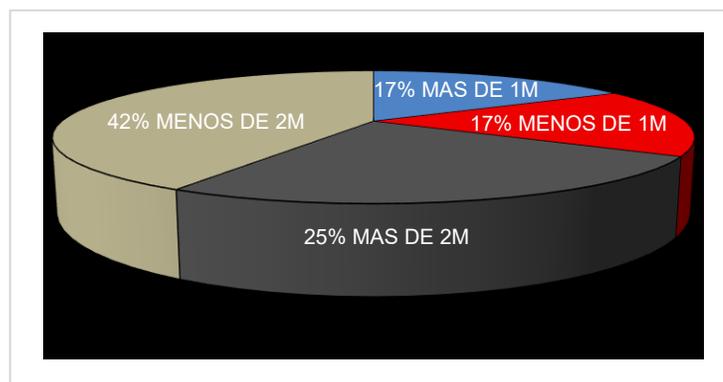


Fuente: elaboración propia

En estos casos, es cuando surgen los mayoristas. Se encargan únicamente de atender a los minoristas y distribuirles los productos de otras empresas, por lo que los costos se reducen y la organización se hace mucho más llevadera.

Gráfica No. 07 (diagrama de torta encuesta 01)

7. ¿Los ingresos mensuales de la empresa son?



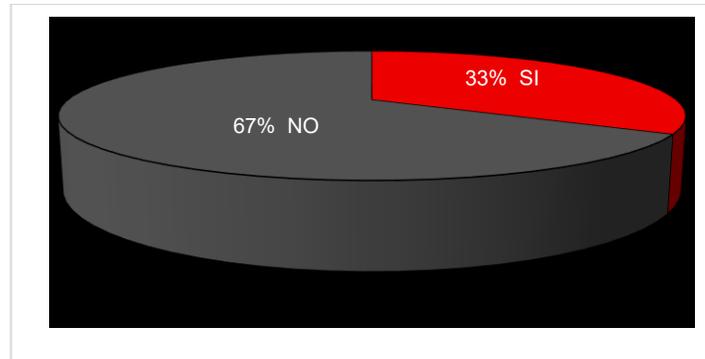
Fuente: elaboración propia



En esta gráfica, se puede analizar qué tipo de costos aplicar debido a que las microempresas no cuentan con los suficientes ingresos para invertir en un sistema de costos mucho más detallado y que genere mayor tiempo que otros.

Gráfica No. 08 (diagrama de torta encuesta 01)

8. ¿Sabe con exactitud cuáles son sus utilidades?

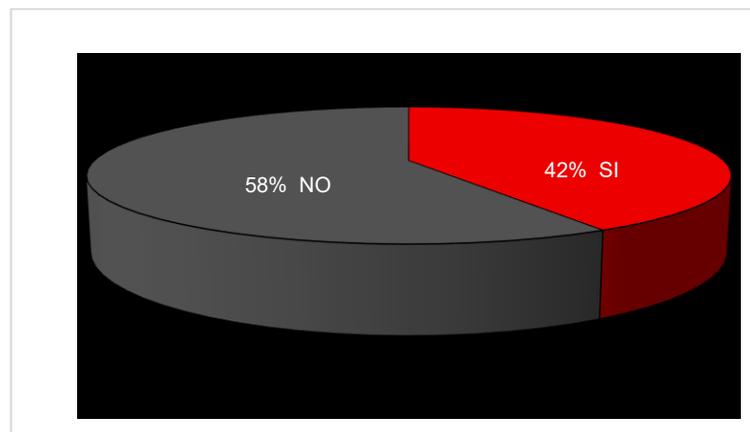


Fuente: elaboración propia

Cuando se determinan cuáles y cuantas son las utilidades mensuales que genera una microempresa, se puede llevar a cabo una verdadera toma de decisiones y destinar dinero para invertir y hacer una buena optimización de los recursos.

Grafica No. 09 (diagrama de torta encuesta 01)

9. ¿Cuenta con dispositivos electrónicos para el manejo administrativo de su empresa?

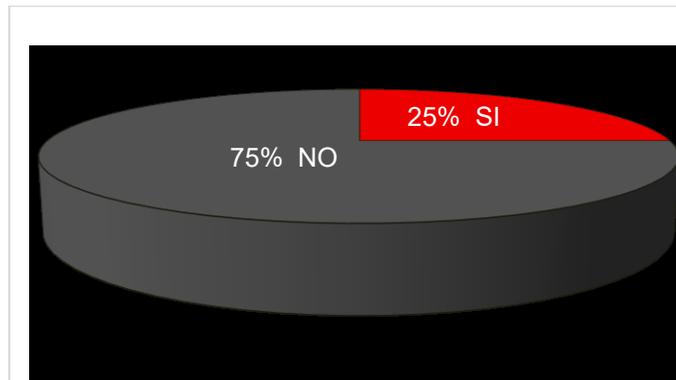


Fuente: elaboración propia

Es de vital importancia conocer con que material tecnológico cuenta la organización, para de esta manera poder implementar el sistema a aplicar para determinar los costos reales de los productos.

Gráfica No. 10 (diagrama de torta encuesta 01)

10. ¿Conoce cuáles son los costos reales de cada producto elaborado?

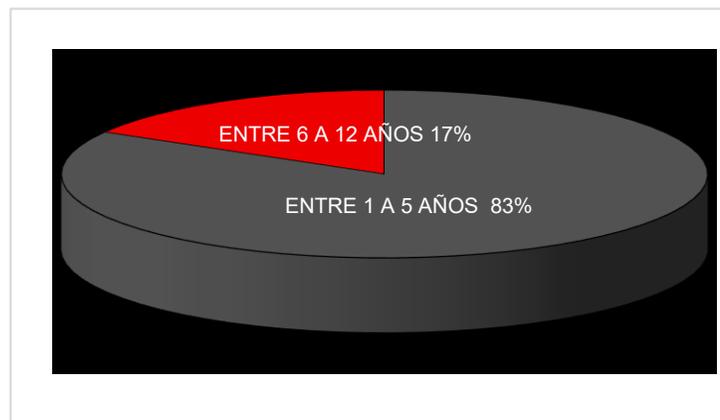


Fuente: elaboración propia

En la medida que una empresa pueda reducir los costos de producción, incrementa la posibilidad de obtener mayores ganancias, para que se mantenga a lo largo del tiempo, debe ser rentable.

6.3 Encuesta No. 2 (Microempresarios diseñadores composición)

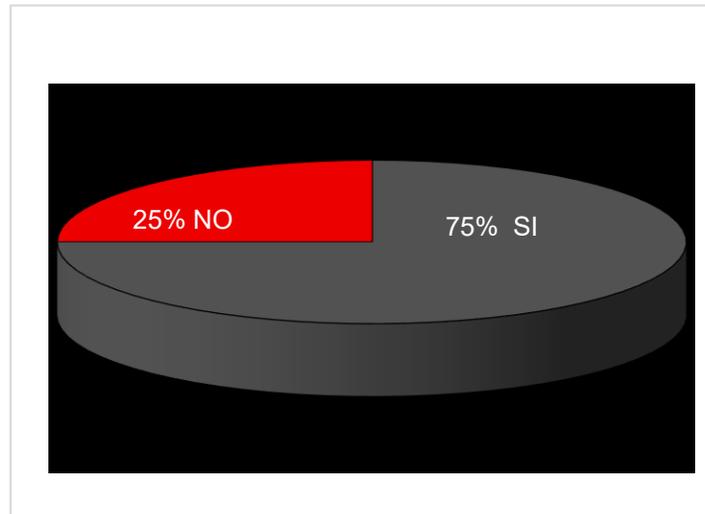
Gráfica No. 11 (diagrama de torta encuesta 02)



Fuente: elaboración propia

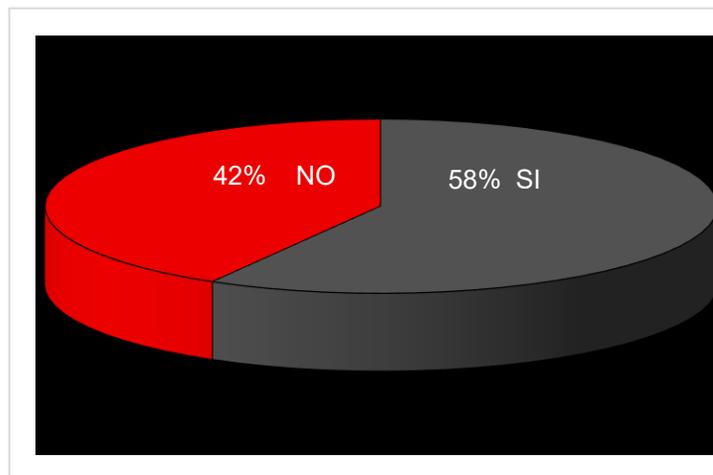


Gráfica No. 12 (diagrama de torta encuesta 02)



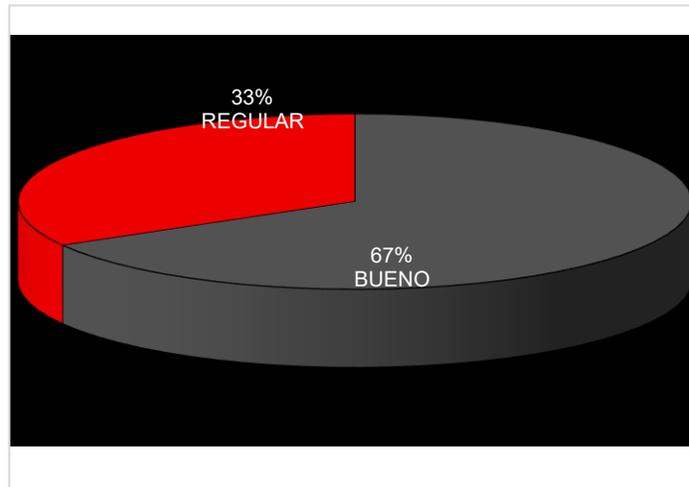
Fuente: elaboración propia

Gráfica No. 13 (diagrama de torta encuesta 02)



Fuente: elaboración propia

Gráfica No. 14 (diagrama de torta encuesta 02)

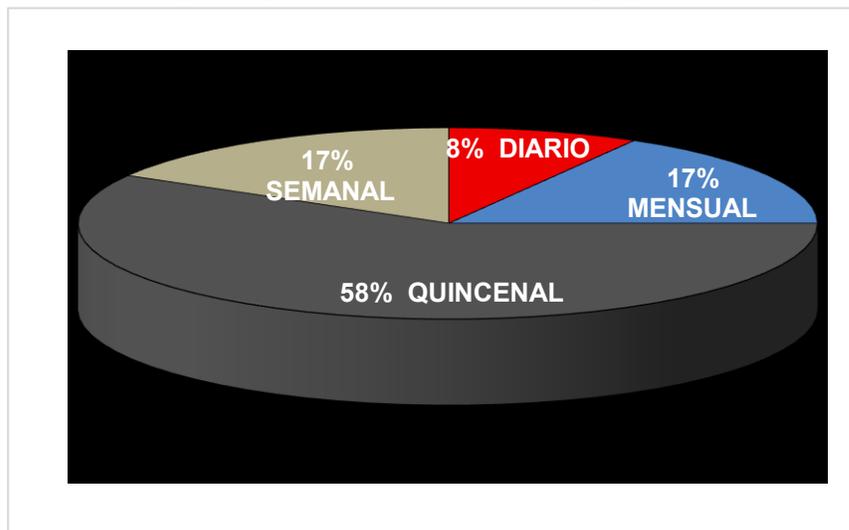


Fuente:
elaboración

propia

Gráfica No. 15 (diagrama de torta encuesta 02)

¿Con que frecuencia recibe su pago?

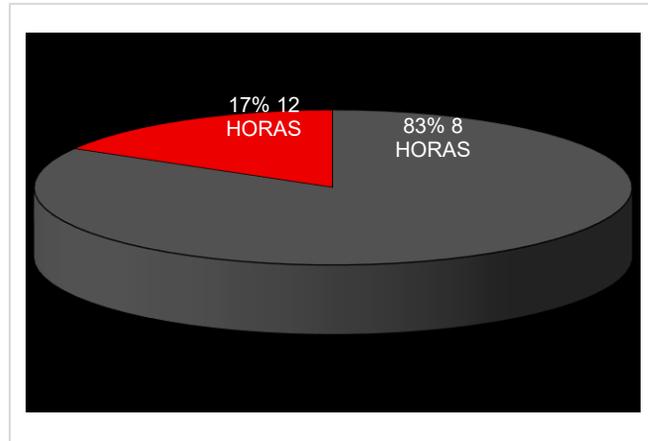


Fuente: elaboración propia



Gráfica No. 16 (diagrama de torta encuesta 02)

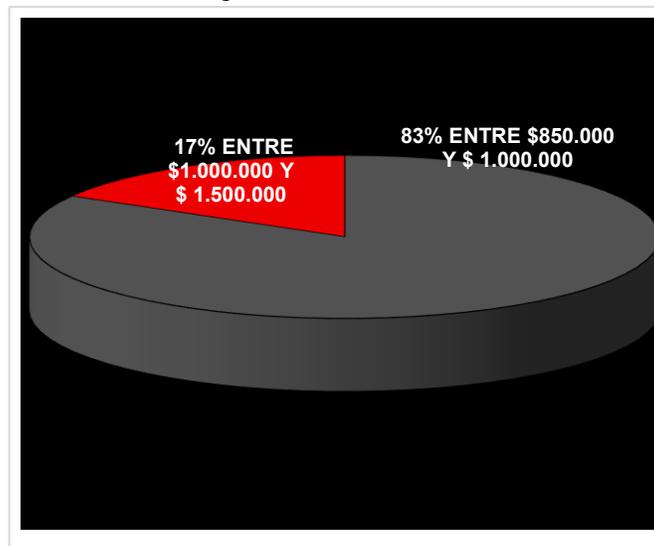
¿Cuántas horas diarias labora en la empresa?



Fuente: elaboración propia

Gráfica No. 17 (diagrama de torta encuesta 02)

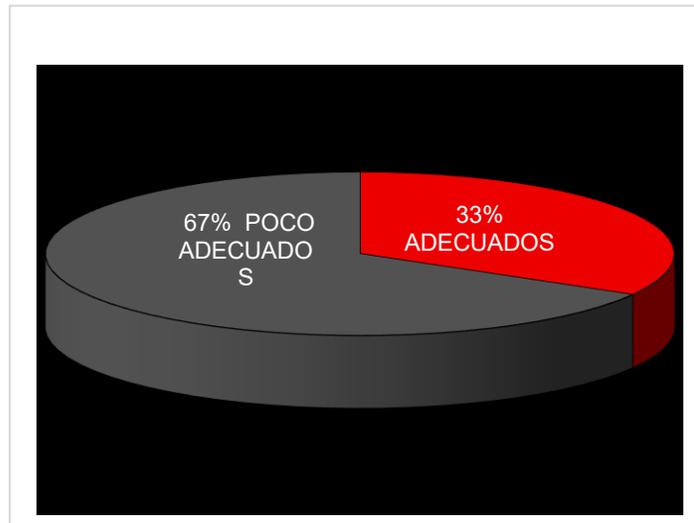
¿Cuánto es su salario?



Fuente: elaboración propia



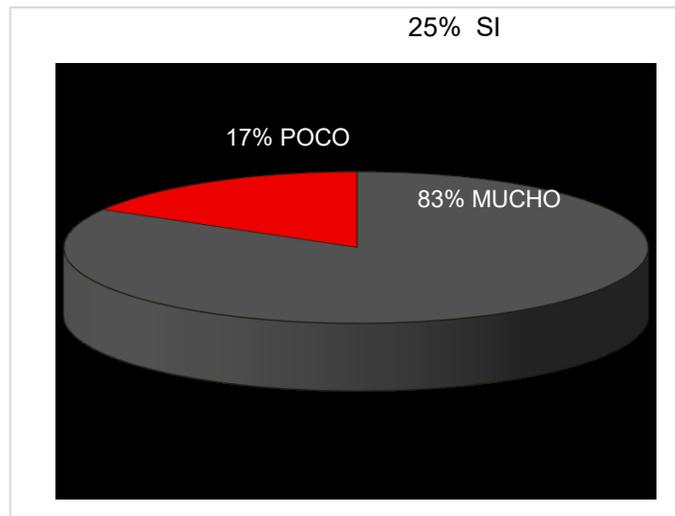
Gráfica No. 18 (diagrama de torta encuesta 02)



Fuente: elaboración propia

Gráfica No. 19 (diagrama de torta encuesta 02)

¿En caso de implementar un sistema de costos en la empresa, en qué medida usted está dispuesto a colaborar para llevar y mantener actualizados los registros que sean necesarios?



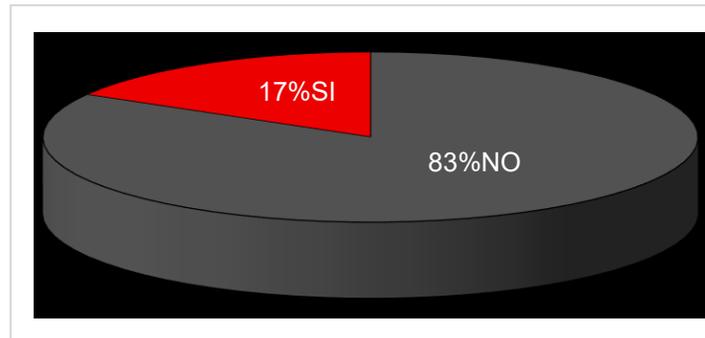
Fuente: elaboración propia



6.4 Encuesta No. 3 (Capacidad para la implementación)

Gráfica No. 20 (diagrama de torta encuesta 02)

¿Cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo una implementación?

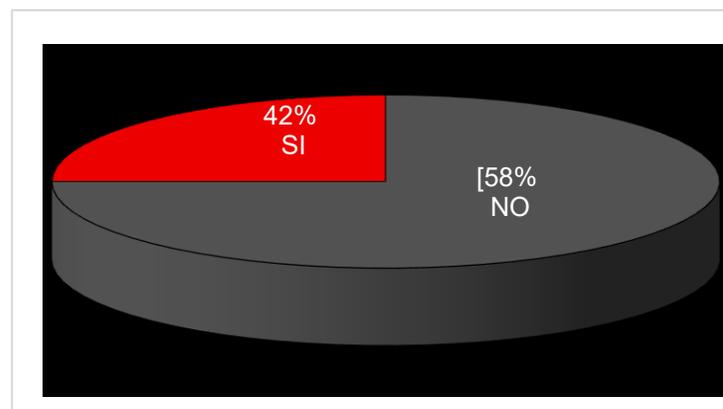


Fuente: elaboración propia

Tomando en cuenta las circunstancias por las que atraviesa la economía del país a raíz de la pandemia del covid-19 los microempresarios de este sector se encuentran insolventes para suplir los gastos que una implementación como esta conlleva.

Gráfica No. 21 (diagrama de torta encuesta 02)

¿Cuenta con uno o más equipo de cómputo en su microempresa?



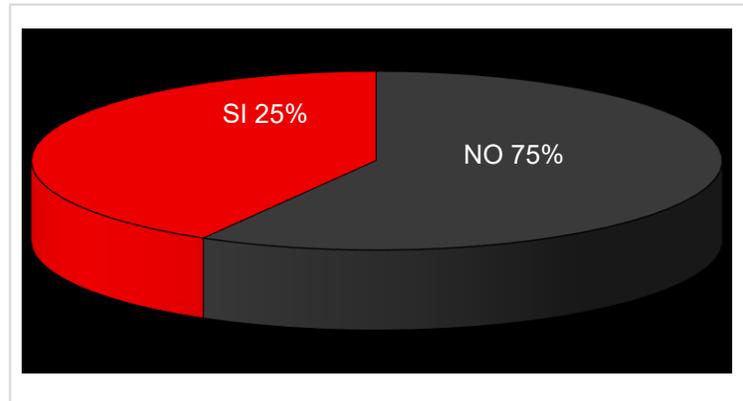
Fuente: elaboración propia

Al ser estas microempresas la mayoría realizan sus cuentas y manejo administrativo de manera ortodoxa, en papel y poco organizada, es por esto que se refleja que, solo el 42% de los microempresarios cuentan con un dispositivo de cómputo.



Gráfica No. 22 (diagrama de torta encuesta 02)

¿Compraría un equipo de cómputo para la implementación?

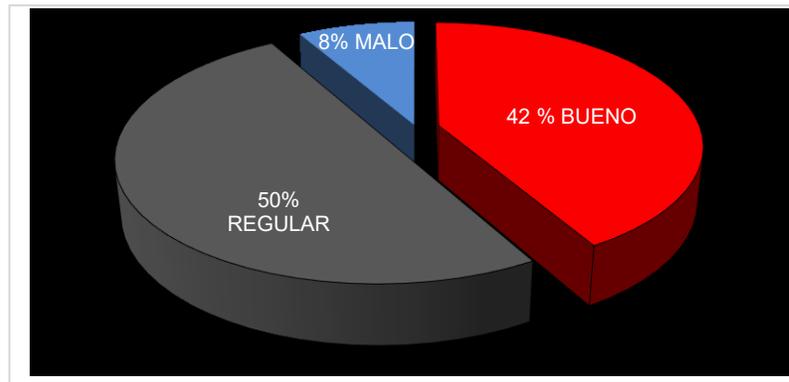


Fuente: elaboración propia

Tomando en cuenta la crisis económica por la que atraviesa el país en consecuencia a la pandemia del covid-19 la mayoría de microempresarios se encuentran insolventes para la adquisición de un equipo de cómputo.

Gráfica No. 23 (diagrama de torta encuesta 02)

¿Cuenta con el conocimiento para el manejo de Excel y/o software?



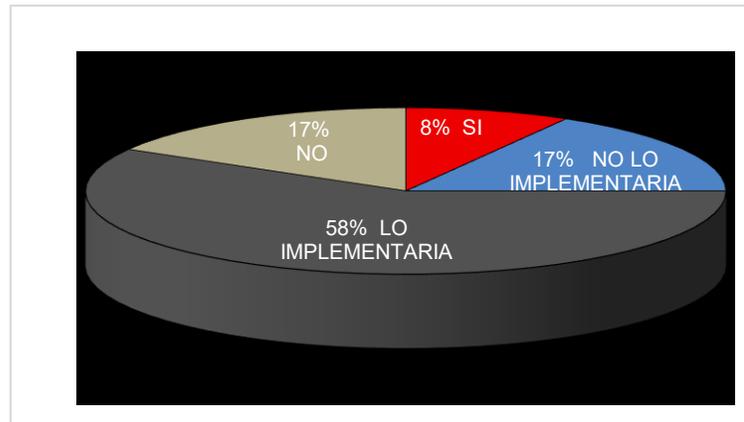
Fuente: elaboración propia

Para la fortuna de los microempresarios, la mayoría de ellos poseen conocimientos básicos en el manejo de costos, el paso es capacitarlos de manera directa para el adecuado manejo del mismo.



Gráfica No. 24 (diagrama de torta encuesta 02)

¿Cuenta con un área para la realización de actividades administrativas en las instalaciones de su microempresa?

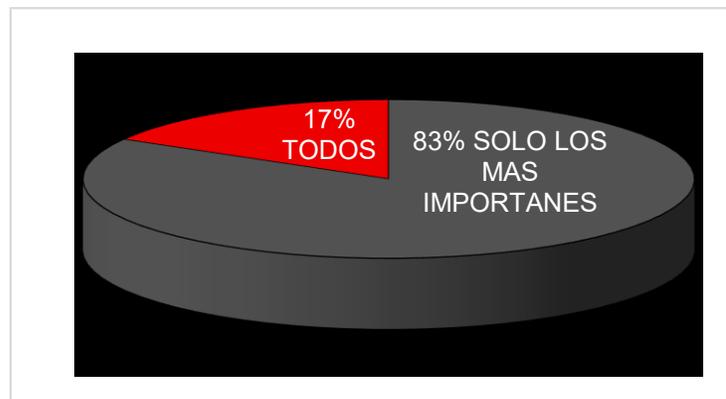


Fuente: elaboración propia

Podemos observar que es bajo el porcentaje de microempresarios los que cuentan con un área para el desarrollo de actividades administrativas, pero es positivo el porcentaje de microempresarios que están dispuestos a implementarlo.

Gráfica No. 25 (diagrama de torta encuesta 02)

¿Le gustaría saber los costos de todos sus productos?



Fuente: elaboración propia

Se observa que la mayoría de los microempresarios tienen una buena acogida a la implementación donde la mayoría de los mismos desean saber los costos reales de sus productos.



6.5 Análisis general de la información recolectada

Mediante la información recolectada por medio de las encuestas realizadas, el dialogo directo y la investigación de trabajo se logró evidenciar las falencias que presentan las microempresas confeccionadoras de ropa del municipio.

En la mayoría de las empresas se observó un personal excesivo que representa una mano de obra indirecta que se traduce en un aumento a los costos de producción y a su vez, un aumento en el precio de venta del producto y una disminución en la utilidad a obtener por el producto.

La mayoría de microempresas no cuentan con un sistema de costos, las cuales asignan sus precios en base a los precios de la competencia y no a los costos de elaboración del mismo.

Otras empresas cuentan con un sistema de costos tradicionales las cuales basan sus utilidades y precios basándose en sus materias dejando a un lado otros costos que afectan de manera directa en el producto, es por esto que la utilidad reflejada no es verdadera.

La mayoría de microempresarios no saben de manera detallada el costo unitario de sus materias primas ni los que componen el costo del producto.

6.6 Interpretación y discusión de resultados

Se evidenció que la manera en que inicialmente las microempresas diseñadoras de ropa manejan sus costos de manera estándar no es necesariamente la forma adecuada y que, mediante el impacto de la estructura de costos, se obtienen los mejores resultados para el buen funcionamiento y organización de la producción y de todas las áreas que intervienen en la misma. Se hicieron indicadores de comparación para medir el comportamiento del proyecto al pasar el tiempo, y se recomendará un mejoramiento continuo dentro de toda la empresa para encaminarla a ser eficaz y productiva, saneando sus finanzas.

Las microempresas de nuestro municipio, cuentan con una estructura básica para poder desarrollar sus actividades, pero cuentan con la elaboración de productos de buena calidad que les permite cumplir con los requerimientos de los mercados actuales. Dichas microempresas tienen un sistema de información con respecto a los costos, para



la acumulación de los mismos, pero para realizar el desarrollo de un sistema de costos, estos registros y reportes son incipientes. Se conoce cuáles son los diferentes procesos en la producción de ropa, pero no se realiza la asignación de costos respectiva, por cuanto no se cuenta con los pertinentes controles para los diferentes ciclos de ingresos, egresos, nóminas, producción, entre otros, que nos permita la optimización de los recursos, evitando desperdicios que provocan pérdidas considerables.

Una de las principales dificultades que se encuentra, es que los gastos no se tienen en cuenta para la asignación de los costos y el precio de venta justo, por lo que, no permite tener la suficiente información que permita una determinación y asignación adecuada de costos, que minimice los mismos y maximice las utilidades. En lo que respecta a los trabajadores, podemos observar que por los años de trabajo que tienen en la empresa cuentan con el conocimiento necesario para poder desarrollar sus actividades adecuadamente, y para mejorar la empresa, están dispuestos a colaborar en lo que sea necesario. Los clientes de la empresa, algunos están satisfechos con el producto, el precio, las condiciones de pago, de entrega y les han confirmado su deseo de seguir trabajando permanentemente con las microempresas. Así mismo podríamos decir de los proveedores quienes les suministran de productos e insumos de buena calidad, están dispuestos a seguir entregando los mismos sin ningún problema.

Una de los inconvenientes que se ha encontrado es la falta de conocimiento del personal para realizar los diferentes reportes necesarios para la determinación y asignación de los costos.

El recurso humano con el que disponen las microempresas es excesivo y esto se refleja en el valor tan alto de la nómina que genera un gran aumento en la asignación de los costos y de igual manera a la asignación del precio de venta.

Es positivo ya que se podrá controlar el uso y registro de materiales, control de material en la mano de obra y manejo adecuado de los materiales directos e indirectos, de la mano de obra directa e indirecta y de los CIF.

A través de la optimización de los recursos por medio de asignación de costos unitarios que permitan determinar de manera exacta los costos de cada producto y de esta manera poder asignar un precio de venta en base a los costos, esto permitirá un aumento en la utilidad y el poder determinar con precisión el porcentaje de utilidad por cada uno de los productos.



6.7 Estructura de costos

6.7.1 Detallado de los costos de cada prenda (materiales)

Tabla (detallado del costo y precio de venta)

DETALLADO DEL COSTO Y PRECIO DE VENTA

PRENDA	TIPO DE TELA.	METROS DE TELA.	VALOR DE LA TELA.	VALOR TOTAL EN TELA.	METROS MATERIALES.	TOTAL COSTO M. PRIMA.	MANO DE OBRA DIRECTA.	COSTO M.O POR VESTIDO.	C C.I.F	C.I.F POR UNIDAD.	COSTO TOTAL DEL VESTIDO.	UTILIDAD 40%	PRECIO DEL VESTIDO
VESTIDO	POPELINA		\$9.600	\$28.800	\$7.200	\$36.000	\$1.019.084	\$14.154	\$766.667	\$10.648	\$60.802	\$24.321	85.123
FALDAS	LINO.	,5	\$9.600	\$14.400	\$4.000	\$18.400	\$1.019.084	\$14.558	\$766.667	\$10.952	\$43.911	\$17.564	\$61.475
BLUSAS	FRANELA.		\$9.600	\$9.600	\$2.500	\$12.100	\$1.019.084	\$13.588	\$766.667	\$10.222	\$35.910	\$14.364	\$50.274
							\$3.057.252		\$2.300.000		\$140.623		\$196.872

Fuente: elaboración propia

En esta tabla apreciamos el detallado de los costos por cada una de las prendas, la materia prima que se utiliza para la confección (popelina, lino y franela), la cantidad a utilizar para la confección de las mismas, la mano de obra total que a su vez se divide entre las tres prendas que confeccionan las microempresas (vestidos, faldas y blusas). De esta manera se observa el costo detallado de cada prenda, la utilidad deseada y el precio de venta.

Tabla (venta deseada)

VENTA (DESEADA)

VALOR	P. VENTA	P. VENTA AÑO	P.E TOTAL
\$ 10.000.000	\$ 273	\$ 3.276	\$ 56.249

Fuente: elaboración propia

Tabla de la venta deseada por un periodo correspondiente a un mes de manera general (tres prendas) donde se aprecia el valor mensual a obtener que corresponde a \$ 10.000.000, donde nos arroja un número de prendas a vender por el mes de 273 prendas.

Tabla (venta promedio por prenda)

VENTAS PROMEDIO POR PRENDA.

PRENDA.	CANTIDAD	VALOR T. (COSTO)	VALOR T. (PRECIO)	UTILIDAD
VESTIDO.	\$ 67	\$ 4.070.844	\$ 5.699.182	\$ 1.628.338
FALDAS	\$ 93	\$ 4.070.844	\$ 5.699.182	\$ 1.628.338
BLUSA	\$ 113	\$ 4.070.844	\$ 5.699.182	\$ 1.628.338
TOTAL		\$12.212.532	\$17.097.545	\$ 4.885.013

Fuente: elaboración propia

Las ventas juegan un papel importante dentro de la microempresa pues representa el medio de ingresos para suplir todos los gastos y costos que la actividad económica demanda, tomando en cuenta las prendas comercializadas por los microempresarios del municipio del Espinal-Tolima, realizamos la anterior tabla donde se representa el número de prendas a vender en base a la venta deseada de la tabla No.30 (venta deseada). Tomando en cuenta el porcentaje de demanda de cada prenda.

Se observa costo total mensual, total ingreso por mes y la utilidad total por mes de cada prenda, donde se obtiene el promedio a vender dentro del periodo asignado.

Tabla (punto de equilibrio por prenda)

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRENDA (CUBRIR COSTO TOTALES POR MES)

PRENDA.	C. TOTALES	CANTIDAD A VENDER
VESTIDO.	\$ 5.357.252	220,2741622
FALDAS	\$ 5.357.252	305,0081812
BLUSA	\$ 5.357.252	372,9637062

Fuente: elaboración propia

El punto de equilibrio representa el sufragar los costos generales mensuales para cada prenda donde los costos se han dividido en el número total de las diferentes prendas a elaborar, en el caso propio en tres.

La tabla expresa el número de prendas a vender por cada una de las prendas, para sufragar el costo total, donde observamos una variación en cada una de las prendas tomando en cuenta el precio de venta de la misma.

Tabla (costo general y punto de equilibrio general)

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL (3 PRENDAS)

PRENDA.	C. TOTALES	CANTIDAD A VENDER		%
VESTIDO.	\$ 5.357.252	88,10966489	62,93547492	24,52269757
FALDAS		122,0032725		33,95597246
BLUSA		149,1854825		41,52132997
TOTAL		359,2984199		100

Fuente: elaboración propia



Tabla (punto de equilibrio general)

Punto de equilibrio general para sufragar costos totales mensuales, con la cantidad de prendas a vender por cada una y a su vez el porcentaje de las mismas en base a la demanda de cada prenda.

COSTOS TOTALES:	PUNTO DE EQUILIBRIO
\$ 5.357.252	95

Fuente: elaboración propia

Costo total mensual, el cual corresponde a la suma de los salarios MOD, costos administrativos, costo operativo, costo de venta y costo de distribución.

Punto de equilibrio general, sin detallar por prenda, se obtiene de la división de los costos totales sobre el precio de las tres prendas.

6.7.2 Detallado de los gastos.

Tabla (mano de obra directa)

MANO DE OBRA DIRECTA

#	EMPLEADOS	AREA	SALARIO
1	XXX	PRODUCCION	\$ 1.435.845
2	XXX	J. PRODUCCION	\$ 1.621.407
TOTAL, VALOR DE SALARIOS			\$ 3.057.252

Fuente: elaboración propia

Detallado del costo total mensual administrativo correspondiente aseo, papelería y otros por un valor total mensual de \$ 100.000.



Tabla (costos de distribución)

COSTOS DE DISTRIBUCION

AÑO	CONCEPTO	VALOR
1	COMBUSTIBLE Y PAPELERIA	\$ 200.000

Fuente: elaboración propia

Detallado del costo total mensual de distribución correspondiente a combustible y papelería por un valor total mensual de \$ 200.000.

6.7.3 Detallado (salario mano de obra directa)

Tabla (detallado nomina operario)

MANO DE OBRA DIRECTA

RELACION DE LOS COSTOS DEL SALARIO AÑO 01	CANTIDAD	NOVEDAD	DÍAS DE TRABAJO	MESES	VALOR AÑO
CARGO			30		
OPERARIO	1	SALARIO	\$ 877.803	\$ 12	\$ 10.533.636
		AUX. TRANSPORTE	\$ 102.854	\$ 12	\$ 1.234.248
		PRIMA DE SERVICIOS	\$ 877.803	\$ 1	\$ 877.803
		VACACIONES	\$ 438.902	\$ 1	\$ 438.902
		CESANTIAS	\$ 877.803	\$ 1	\$ 877.803
		INT. CESANTIAS	\$ 105.336	\$ 1	\$ 105.336
		APORTE SALUD (8.5%)	\$ 74.613	\$ 12	\$ 895.359
		APORTE PENSION (12%)	\$ 105.336	\$ 12	\$ 1.264.036
		RIESGOS ARL (0.522%)	\$ 4.582	\$ 12	\$ 54.986
		APORTES A PARAFISCALES (9%)	\$ 79.002	\$ 12	\$ 948.027
		TOTAL, OPERARIOS			

SALARIO TOTAL MENSUAL

\$ 1.435.845

Fuente: elaboración propia

Costo detallado de la nómina anual con los respectivos parafiscales sufragados por la empresa para un operario al cual se le remunera un SMLV más el auxilio de transporte mensual correspondiente a \$ 102.854 todo esto para un egreso total anual de \$ 17.230.136.

Tabla (detallado nomina jefe operario)

RELACION DE LOS COSTOS DEL SALARIO AÑO 01	CANTIDAD	NOVEDAD	DIAS DE TRABAJO	MESES	VALOR AÑO
CARGO			30		
JEFE DE PRODUCCION		SALARIO	\$ 1.000.000	12	\$ 12.000.000
		AUX. TRANSPORTE	\$ 102.854	12	\$ 1.234.248
		PRIMA DE SERVICIOS	\$ 1.000.000	1	\$ 1.000.000
		VACACIONES	\$ 500.000	1	\$ 500.000
		CESANTIAS	\$ 1.000.000	1	\$ 1.000.000
		INT. CESANTIAS	\$ 120.000	1	\$ 120.000
		APORTE SALUD (8.5%)	\$ 85.000	12	\$ 1.020.000
		APORTE PENSION (12%)	\$ 120.000	12	\$ 1.440.000
		RIESGOS ARL (0.522%)	\$ 5.220	12	\$ 62.640
		APORTES A PARAFISCALES (9%)	\$ 90.000	12	\$ 1.080.000
		TOTAL, OPERARIOS			

SALARIO TOTAL MENSUAL

\$ 1.621.407

Fuente: elaboración propia

Costo detallado de la nómina anual con los respectivos parafiscales sufragados por la empresa para el jefe de operario al cual se le remunera \$ 1.000.0000 más el auxilio de transporte mensual correspondiente a \$ 102.854 todo esto para un egreso total anual de \$ 19.456.888.

El denominador de las empresas radica en el contador con dos trabajadores de manera legal, existen personas las cuales laboran si ningún vínculo la laboral en las diferentes empresas tomando en cuenta la demanda del mes. El promedio de egreso mensual por mano de obra directa de las empresas es de \$ 3.057.252

6.7.4 Porcentaje de venta en referencia al mes

Tabla (proyección de ventas por porcentajes)

**PROYECCION DE
VENTAS %**

VALOR TOTAL A PRODUCIR AÑO 01	\$ 3.276
--	-----------------

				4					\$ 9	0	1	2	TOTAL
TOTAL	\$ 459	\$ 262	\$ 164	\$ 197	\$ 164	\$ 491	\$ 229	\$ 197	\$ 131	\$ 197	\$ 229	\$ 557	\$ 3.276
VESTI	\$ 112	\$ 64	\$ 40	\$ 48	\$ 40	\$ 121	\$ 56	\$ 48	\$ 32	\$ 48	\$ 56	\$ 137	\$ 803
FALD	\$ 156	\$ 89	\$ 56	\$ 67	\$ 56	\$ 167	\$ 78	\$ 67	\$ 44	\$ 67	\$ 78	\$ 189	\$ 1.112
BLUSA	\$ 190	\$ 109	\$ 68	\$ 82	\$ 68	\$ 204	\$ 95	\$ 82	\$ 54	\$ 82	\$ 95	\$ 231	\$ 1.360
TOTAL	\$ 459	\$ 262	\$ 164	\$ 197	\$ 164	\$ 491	\$ 229	\$ 197	\$ 131	\$ 197	\$ 229	\$ 557	\$ 3.276

Fuente: elaboración propia

Tabla de los porcentajes y cantidad de venta tomando en cuenta la demanda proyectada por cada mes con un total de prendas proyectadas anual de 3276, la misma permite la



elaboración de las tablas 43, 44 y 45 donde se desarrolla la proyección de venta por prenda

6.7.5. Proyección de ventas estimada para 2021

Tabla (estimado de ventas general)

TOTALES (AÑO 2021)									
	NUMERO DE PRENDAS.	PRECIO DE VENTA	COSTO DEL PRODUCTO	TOTAL, VENTA DEL MES	GASTO DE PRODUCCIÓN + C.I.F	COSTO DE MATERIA PRIMA D. PRODUCCIÓN	TOTAL COSTO DE PROD. AÑO	TOTAL VENTA DEL AÑO.	TOTAL UTILIDAD DE CADA MES
	459	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 28.723.876	\$ 2.300.000	\$ 15.427.315	\$ 7.727.315	\$28.723.876	\$ 10.996.561
	62	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 16.413.643	\$ 2.300.000	\$ 7.829.894	\$ 10.129.894	\$ 16.413.643	\$ 6.283.749
	164	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 10.258.527	\$ 2.300.000	\$ 4.031.184	\$ 6.331.184	\$ 10.258.527	\$ 3.927.343
	197	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 12.310.233	\$ 2.300.000	\$ 5.297.421	\$ 7.597.421	\$ 12.310.233	\$ 4.712.812
	164	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 10.258.527	\$ 2.300.000	\$ 4.031.184	\$ 6.331.184	\$ 10.258.527	\$ 3.927.343
	491	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 30.775.581	\$ 2.300.000	\$16.693.552	\$18.993.552	\$ 30.775.581	\$ 11.782.029
	229	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 14.361.938	\$ 2.300.000	\$ 6.563.658	\$ 8.863.658	\$ 14.361.938	\$ 5.498.280
	97	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 12.310.233	\$ 2.300.000	\$ 5.297.421	\$ 7.597.421	\$ 12.310.233	\$ 4.712.812
	131	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 8.206.822	\$ 2.300.000	\$ 2.764.947	\$ 5.064.947	\$ 8.206.822	\$ 3.141.874
0	197	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 12.310.233	\$ 2.300.000	\$ 5.297.421	\$ 7.597.421	\$12.310.233	\$ 4.712.812
1	229	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 14.361.938	\$ 2.300.000	\$ 6.563.658	\$ 8.863.658	\$14.361.938	\$ 5.498.280
2	57	\$ 196.872	\$ 115.821	\$ 34.878.992	\$ 2.300.000	\$ 19.226.026	\$ 21.526.026	\$ 34.878.992	\$13.352.966
	3.276			\$ 205.170.542		\$ 99.023.681	\$126.623.681	\$205.170.542	\$ 78.546.861

Fuente: elaboración propia

Tabla de la proyección de venta general de las tres prendas para el año 2021, se puede observar que la proyección de venta total para el año 2021 es de \$ 205.170.542 del cual se proyecta obtener una utilidad antes de impuestos de \$ 78.546.861.

Se aprecia que la proyección de venta no supera los topes monetarios para mantenerse dentro del régimen simplificado.

Los meses con mayor demanda para todas las prendas según la tabla, son los meses de enero, febrero, junio, julio, noviembre y diciembre, siendo este último el mes donde la proyección alcanza su mayor demanda.

7. REFLEXIONES FINALES

Después de haber analizado las características del método de asignación de costos por departamentos se puede concluir que efectivamente este sistema ayuda a las microempresas a conocer la rentabilidad de un producto en específico mucho antes de que el mismo sea diseñado y sobre todo producirlo. La manera en que este sector trabaja los costos en la actualidad es produciendo y cuando se obtiene el producto finalizado se procede hacer el estudio de costos, lo que trae como consecuencia que muchos de estos ya no podrán ser incluidos en el precio del producto y por lo tanto no se recuperan.

Menos del 50% de los microempresarios cuentan con conocimientos sólidos en la contabilidad de costos, para la toma de decisiones, es por esto que la mayoría de ellos llevan o aplican unos costos de manera ortodoxa y casi empírica, de igual manera menos del 20% de los microempresarios cuentan con un software contable y/o administrativo.

El sistema de costos tradicional no permitía apreciar la realidad de las microempresas, direccionándolos a tomar decisiones erróneas específicamente en la asignación del precio de venta, es por esto que se aplica un sistema de costos por procesos que permite evidenciar el costo de cada uno de los materiales necesarios para la confección de las prendas, permitiendo al finalizar la misma conocer el costo total y real de la prenda.

Las microempresas diseñadoras de ropa del Espinal Tolima no disponen de registros que permitan tener una información contable sobre su control de costos.



Se encontró que los microempresarios diseñadores de ropa representan un mercado potencial que genera considerables números de ventas y crecimiento económico tanto para el municipio del Espinal como para todo el departamento del Tolima.

A través de los procesos de planeación, se logró una mejor organización y fortalecimiento interno, además con el análisis realizado se detectaron las necesidades internas (trabajadores) externas (clientes).

Al realizar la proyección de ventas se pudieron definir los objetivos y metas claras que generan un aumento positivo y una participación durante el proceso de crecimiento para la misma

Las materias primas e insumos para la confección del producto son fáciles de adquirir ya que existe una amplia lista de proveedores los cuales suministran los materiales requeridos.

Se sugiere ajustar anualmente la proyección de venta de acuerdo con la información histórica que arroje el primer año de ventas, además realizar estudios de mercado para mantener actualizados los diseños y conocer las nuevas tendencias en moda y las necesidades del cliente, por medio de la creación de indicadores de gestión y evaluación para realizar ajustes en la planeación inicialmente propuesta.

Para el microempresario es necesario que se capacite para obtener conocimientos sobre la contabilidad de costos y los registros que se deben realizar, y de tal manera conocer de primera mano los informes que arrojan el proceso de producción, pues los registros no se limitan únicamente a saber qué está ocurriendo con el dinero que entra y sale de la empresa, sino que también son clave para identificar la necesidad de aplicar más o menos recursos en un determinado proceso, ya que estos registros son como la memoria de una empresa, a través de ellos se puede conocer a ciencia cierta el estado de ganancias y pérdidas de cualquier compañía.

Realizar periódicamente un estudio que le permita a la microempresa conocer la opinión de los trabajadores y cualquier sugerencia que puedan aportar para el mejoramiento continuo, así como la ubicación de las áreas de trabajos, equipos y maquinaria utilizada en la misma.

Establecer pautas que permitan tener en cuenta las actividades que se deben realizar en cada uno de los cargos, logrando un desempeño funcional exitoso, que contribuya al desarrollo organizacional.



Es recomendable adoptar ciertos pasos para desarrollar las actividades de la manera más adecuada.

- Involucrar a la gerencia en el alcance y uso de los costos para de esta manera contar con el compromiso de la misma para la toma de decisiones asertiva.
- Especificar actividades y con ello la recolección de datos incluyendo costos para definir de una manera clara y detallada, para que este se convierta en una tarea como regla general.
- Establecer un marco de tiempo y organizar los datos para convertirlos de la manera tradicional a la nueva implementación de costos, para determinar una adecuada asignación de los mismos.
- Determinar medidas de producción y volúmenes, una vez conocidos los costos de cada actividad es necesario medir la eficiencia y productividad de cada una de ellas, para eliminar los costos que no agregan valor mediante diversos esquemas de mejoramiento.
- Realizar un amplio seguimiento de los costos hasta la producción, ya que los productos consumen actividades, conociendo los costos de cada actividad y cuáles son las fuentes de los costos, podemos identificar cuáles son los productos que generan mayor o menor utilidad.
- Capacitar a todo el personal involucrado en el proceso, para de esta manera trabajar conjuntamente y con bases sólidas sobre los objetivos de la microempresa, en la asignación y registros verídicos de las etapas y procedimientos que se realizan, para minimizar pérdidas.



8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baena, T. (2010). Indicadores Financieros. Bogotá: Ed. Eco.

Bach J. R y Vítale A. (1957). Costos, teoría y práctica, 1° Ed.

Becker, R. (1990) Contabilidad de Costos, México, Mc Graw Hill 2° ed.

Bernard, J. Hargadon, R. Contabilidad de Costos 2° Ed. Norma

Callejas, F. (2013). Costos. México: Ed. Pearson Hall.

Charles, H. (2007). Contabilidad de costos un enfoque gerencial. México: Ed Pearson Hall.

Chica, V. (2008). Tesis de Sistema de Costos ABC en la Sección de Contabilidad de la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur para el periodo. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca.

Carlos, R. (2017). Tesis de Análisis de una Base de datos contable para Pymes del sector textil, Universidad del Caribe, Facultad Contaduría y Ciencias Económicas.

Carlos, F. (2001). Contabilidad de Costos. 2° Edición. Prentice Hall

David, D. (2007). Administración de Costos, Contabilidad y Control. 3° ed.

Ernest, P. (2001) Contabilidad de Costos Avanzada. 1° Ed

Frederick, A. (2006). El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica 5°. ed. Caracas: Episteme.

Garich, C. Contabilidad de Costo. México: 3° Ed.

Gonsen, A. (2008) Enciclopedia Practica de la Contabilidad, España: Ed. Océano

Gonzalo, B. (2001) Contabilidad de Costos. 4° Ed. Mc Graw Hill

Gujarati, D. (1997) Econometría. 3° Ed. McGraw Hill



Harrington, H. (2008) Mejoramiento de los procesos de la empresa Economía. 5°ed. p. 98. ed. McGraw Hill

Hornsgren, C. y Gary, S. (2001) Introducción a la Contabilidad Administrativa. 10° ed. Prentice Hall

Hornsgren, T. (1976) La Contabilidad de costo en la dirección de empresas. p.13. La Habana

Johnson T. y Robert, K. (1988) La Contabilidad de Costes. p. 23. Barcelona – España: ed. Plaza & Janes

Jordán, B. (2000) Los sistemas, tendencias y posibilidades de los costos 9° ed.

Lang, T. (1994) Manual del contador de costo. p.10. ed. Mc Graw Hill

Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales. (2014). Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas: Fedupel.

Omar C. (2009). Costos Empresariales Manejo Financiero y Gerencial. 7° ed.

Paula, S. (1978). Curso de Economía moderna, 10° ed.

Pedro, Z. (2002) Contabilidad General ed. Interamericana s.a.

Polimeni, R. S. y Frank F. (1995) Contabilidad de Costos. 2° ed. McGraw Hill.

Polimeni, R. (1991). Contabilidad de costo. Colombia: p.11. 1° ed. William, P. (1996). Principios Fundamentales de Contabilidad, México: ed. Continental S.A.

Ralph, P. (1990/1998). Contabilidad de Costos – Conceptos y Aplicaciones para la toma de Decisiones Gerenciales, 3°ed. --

--







SC6793-1



